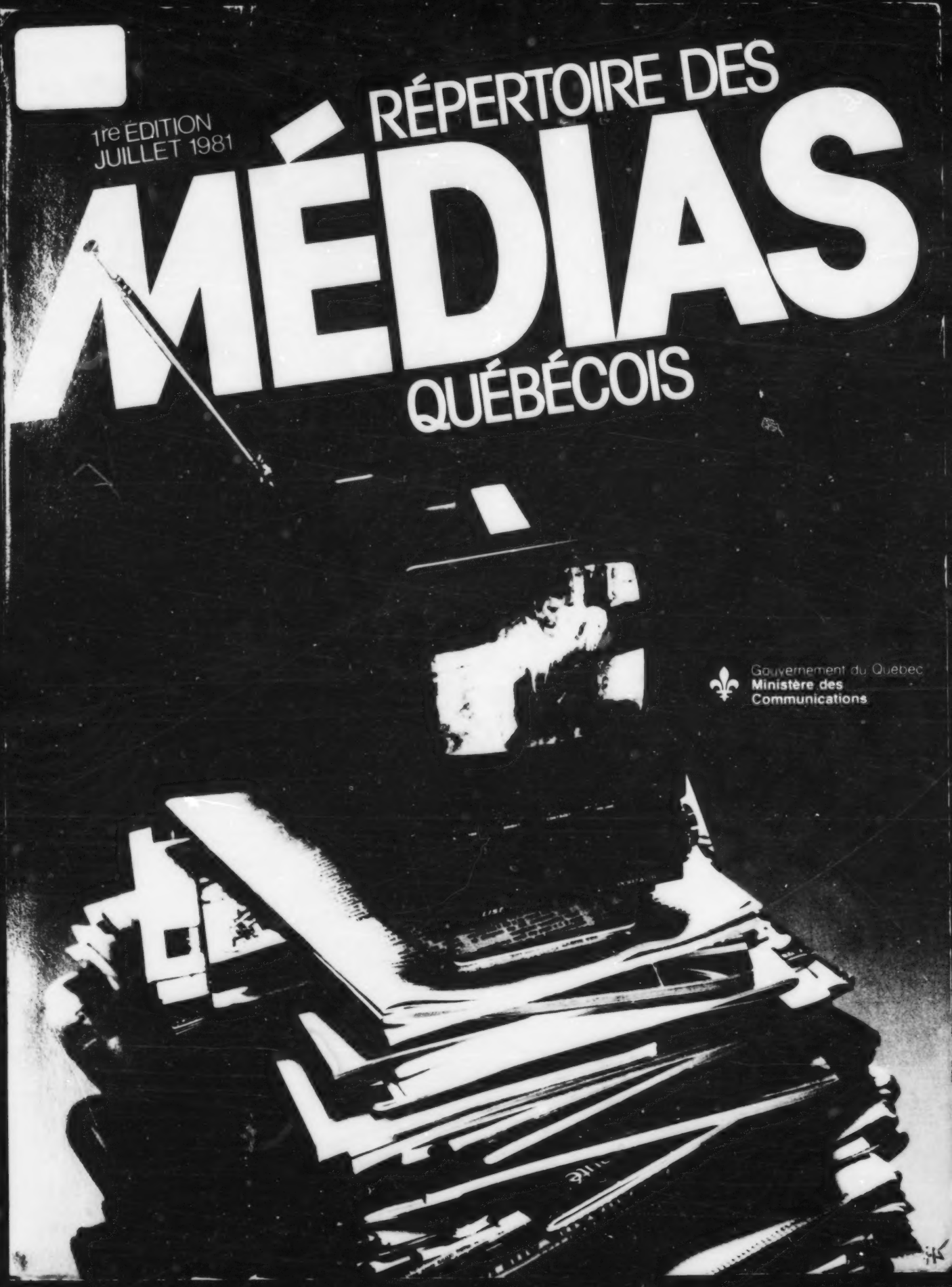
1re ÉDITION
JUILLET 1981

RÉPERTOIRE DES MÉDIAS QUÉBÉCOIS



Gouvernement du Québec
Ministère des
Communications

101-06602/

1re ÉDITION
JUILLET 1981

RÉPERTOIRE DES MÉDIAS QUÉBÉCOIS

LEGISLATIVE LIBRARY OF ONTARIO
TORONTO
SEP 23 1981
RECEIVED

1re ÉDITION
JUILLET 1981

RÉPERTOIRE DES MÉDIAS QUÉBÉCOIS

Gouvernement du Québec
Ministère des Communications

Coordination:
Pierre Gignac

Recherche et rédaction:
Claude Maheu
Nicole McKenzie
Claire Villeneuve

Révision et mise à jour:
Nicole McKenzie

Secrétariat:
Diane Beaulé
Hélène Bernier

Édition réalisée à
la Direction générale des
publications gouvernementales
Ministère des Communications

Graphisme:
Mario Thivierge

Photographie:
Daniel Lessard

Chargés de projet:
Michèle Rochette
Marcel Gilbert

Composition typographique:
Compélec Inc.

Impression:
Le Quotidien Ltée

Avertissement:
Toutes les mesures ont été prises pour s'assurer de la véracité des informations publiées. Cependant le ministère des Communications du Québec ne peut être tenu responsable de toute erreur ou omission susceptible d'affecter le contenu de la publication. Les médias ou leurs représentants sont responsables des informations publiées et de toute réclamation à l'encontre de la publication.

© Gouvernement du Québec 1981

Tous droits de reproduction et
de traduction réservés.

Dépôt légal — 2e trimestre 1981
Bibliothèque nationale du Québec

ISBN 2-551-04377-8

ISSN 0229-9968

TABLE DES MATIÈRES

	numéro	page
Table des abréviations et des sigles		
1 — Sigles		VII
2 — Abréviations		VII
Avant-propos		IX
Introduction		XI

PARTIE 1
LES MÉDIAS IMPRIMÉS

		numéro	page
1,1	**JOURNAUX**		
1,1.1	**Quotidiens**	10	3
1,1.2	**Hebdomadaires nationaux**	130	19
1,1.3	**Hebdomadaires régionaux**		
	Bas-Saint-Laurent-Gaspésie		
	Bas-Saint-Laurent	320	30
	Gaspésie	440	36
	Saguenay-Lac-Saint-Jean	490	39
	Québec		
	Québec-métropolitain et Rive-Nord	570	45
	Rive-Sud	640	48
	Trois-Rivières		
	Mauricie	770	53
	Centre du Québec	830	56
	Cantons-de-l'Est	890	59
	Montréal		
	Montréal-métropolitain	960	62
	Banlieue-sud-de-Montréal	1240	73
	Saint-Jean-Valleyfield-Beauharnois	1290	74
	Granby-Saint-Hyacinthe-Sorel	1400	80
	Laurentides-Lanaudière	1550	85
	Outaouais	1720	94
	Nord-Ouest	1840	99
	Côte-Nord et Nouveau-Québec	1920	103
1,1.4	**Bimensuels et mensuels nationaux**	1980	105
1,1.5	**Bimensuels et mensuels régionaux**	2010	105
1,1.6	**Journaux ethniques**	2160	109
1,2	**REVUES, MAGAZINES ET BULLETINS**		
1,2.1	**Revues et magazines d'information générale**	2370	114
1,2.2	**Revues, magazines et bulletins d'informations spécialisée**		
	Affaires municipales et actualités régionales	2600	140
	Agriculture	2650	142
	Alimentation et restauration	2710	145
	Artisanat	2760	149
	Assurance, coopération et finance	2770	149
	Astrologie et ésotérisme	2800	150
	Communication	2830	151
	Construction et rénovation	2850	152
	Droit	2890	155
	Éducation	2900	156
	Génie et technologie	3000	159
	Industrie et commerce	3050	162
	Informatique	3150	169
	Littérature et poésie	3180	171
	Loisirs et sports	3200	171
	Mouvements sociaux et droits de la personne	3320	175
	Musique	3430	178
	Religion	3440	178
	Santé	3490	179
	Soins personnels	3600	186
	Spectacles	3610	187
	Transports	3670	189

PARTIE 2
LES MÉDIAS ÉLECTRONIQUES

		numéro	page
2,2	**RADIO**		
2,1.1	**Stations de radio par région**		
	Bas-Saint-Laurent-Gaspésie		
	Bas-Saint-Laurent	5000	195
	Gaspésie	5110	203
	Saguenay-Lac-Saint-Jean	5140	206
	Québec		
	Québec-métropolitain et Rive-Nord	5250	214
	Rive-Sud	5350	221
	Trois-Rivières		
	Mauricie	5440	228
	Centre du Québec	5500	234
	Cantons-de-l'Est	5530	237
	Montréal		
	Montréal-métropolitain	5590	244
	Banlieue-sud-de-Montréal	5810	261
	Saint-Jean-Valleyfield-Beauharnois	5830	262
	Granby-Saint-Hyacinthe-Sorel	5850	264
	Laurentides-Lanaudières	5880	267
	Outaouais	5930	272
	Nord-Ouest	6020	280
	Côte-Nord et Nouveau-Québec	6100	286
2,1.2	**Réseaux de radio**	6190	294
2,2	**TÉLÉVISION**		
2,2.1	**Stations de télévision par région**		
	Bas-Saint-Laurent-Gaspésie	6290	300

		numéro	page
	Saguenay-Lac-Saint-Jean	6330	305
	Québec	6370	307
	Trois-Rivières	6400	311
	Cantons-de-l'Est	6420	312
	Montréal	6440	314
	Outaouais	6490	319
	Nord-Ouest	6510	321
2,2.2	**Réseaux de télévision**	6530	324

PARTIE 3
LES GROUPES DE MÉDIAS ET LES MAISONS DE REPRÉSENTATION

3,1	**LES GROUPES DE MÉDIAS**		
3,1.1	**Les groupes commerciaux**	6580	331
3,1.2	**Les groupes de stations offrant des tarifs combinés**		
	Radio	6660	335
	Télévision	6730	340
3,2	**LES MAISONS DE REPRÉSENTATION**		
3,2.1	**Les médias imprimés**	6750	341
3,2.2	**Les médias électroniques**	6870	343

APPENDICE 1
INDEX DES MÉDIAS ET DES MAISONS DE REPRÉSENTATION

1,1	**Index permuté de titres**	351
1,2	**Index des municipalités**	358
1,3	**Liste par région**	
	Bas-Saint-Laurent-Gaspésie	361
	Saguenay-Lac-Saint-Jean	361
	Québec	361
	Trois-Rivières	361
	Cantons-de-l'Est	362
	Montréal	362
	Outaouais	363
	Nord-Ouest	363
	Côte-Nord et Nouveau-Québec	363
1,4	**Liste des médias autres que unilingues francophones**	
	Médias anglophones	364
	Médias francophones et anglophones	364
	Autres médias	364

page

APPENDICE 2
LISTE DES ENTREPRISES DE CÂBLODISTRIBUTION, PAR RÉGION

2,1	**Bas-Saint-Laurent-Gaspésie**	365
2,2	**Saguenay-Lac-Saint-Jean**	366
2,3	**Québec**	366
2,4	**Trois-Rivières**	369
2,5	**Cantons-de-l'Est**	370
2,6	**Montréal**	371
2,7	**Outaouais**	373
2,8	**Nord-Ouest**	373
2,9	**Côte-Nord et Nouveau-Québec**	373

APPENDICE 3
GLOSSAIRE

3,1	**Glossaire des médias imprimés**	374
3,2	**Glossaire des médias électroniques**	375

APPENDICE 4
CHANGEMENTS DE DERNIÈRE HEURE

377

Table des sigles et des abreviations

1 — Sigles

ABC: Audit Bureau of Circulations
A.C.: Dans Communications A.C. Ltée, division de All-Canada Radio et Télévision
ACAS: Association canadienne d'articles de sports, version française de CSGA (Canadian Sporting Goods Association)
ACEJQ: Association canadienne des éditeurs de journaux quotidiens, version française de CDNPA (Canadian Daily Newspaper Publishers Association)
ACPA: Association canadienne de la presse agricole, version française de APAC (Agricultural Press Association of Canada)
ACPC: Association canadienne des périodiques catholiques
ACR: Association canadienne des radiodiffuseurs, version française de CAB (Canadian Association of Broadcasters)
ACRTF: Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française
ACTA: Association of Canadian Travel Agency
AEPC: Association des éditeurs de périodiques canadiens, version française de CPPA (Canadian Periodical Publishers Association)
AEPCQ: Association des éditeurs de périodiques culturels québécois
AEM: Association des éditeurs de magazines, version française de MPA (Magazine Publishers Association)
AEPHRF: Association des éditeurs de la presse hebdomadaire régionale francophone
AFP: Agence France presse
AHR: Association des hebdomadaires régionaux
AJHC: Association des journaux hebdomadaires canadiens, version française de CCNA (Canadian Community Newspapers Association)
AJHQ: Association des journaux hebdomadaires du Québec, version française de QCNA (Quebec Community Newspapers Association)
AMC: Association des magazines canadiens, version française de MAC (The Magazine Association of Canada)
AMM: Association des médias médicaux, version française de AMM (Association of Medical Media)
AMRAQ: Association des médias régionaux anglophones du Québec, version française de AQREM (Association of Québec Regional English Media)
ANOP: Agence nationale portugaise d'information
ANPA: American Newspapers Publishers Association
ANSA: Italian News Agency ANSA
APEQ: Association de la presse ethnique du Québec, version française de QEAP (Quebec Ethnic Press Association)
APFHQ: Association de la presse francophone hors Québec
APS: Agence Presse-sud
AQC: Association des quotidiens du Canada, connue sous le nom de l'Association canadienne des éditeurs de journaux quotidiens (ACEJQ), version française de CDNA (Canadian Daily Newspapers Association)
AQQ: Association des quotidiens du Québec
AQRC: Association québécoise des radios communautaires
ATEC: Agence de télévision éducative du Canada
BBM: Bureau of Broadcasting Measurement
BCQ: Bureau de commercialisation des quotidiens Inc., version française de NMB (Newspapers Marketing Bureau)
BCR: Bureau canadien de la radio, version française de RBC (Radio Bureau of Canada)
BCT: Bureau canadien de la télévision, version française de TVB (Télévision Bureau of Canada)
BDA: Bulk Distribution Audit, division of Canadian Circulations Audit Board
BIP: Bureau international de la presse
CARD: Canadian Advertising Rates and Data
CBC: Canadian Broadcasting Corporation, pour désigner les réseaux anglais de radio et de télévision de Radio-Canada
CBP: Canadian Business Press
CCAB: Canadian Circulations Audit Board
CCBA: Central Canada Broadcasters Association
CCPP: Conseil consultatif de publicité pharmaceutique, version française de PAAB (Pharmaceutical Advertising Advisor Board)
CFPA: Canadian Farm Press Association
CIRTEF: Conseil international des radios-télévisions d'espression française
CKO: Canada All-News Radio Ltd. pour désigner le réseau CKO All- News Radio
CNJC: Cercle national des journalistes du Canada, version française de NPC (National Press Club)
CNW: Canadian News Wire
CPPA: Canadian Periodical Publishers Association
CRTC: Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
CTV: Pour désigner le réseau Canadian Télévision Network
CWNA: Canadian Weekly Newspapers Association
FPEC: Fédération de la presse ethnique du Canada, version française de CEPF (Canadian Ethnic Press Federation)
HC: Hebdos du Canada, connue sous le nom de l'Association des éditeurs de la presse hebdomadaire régionale francophone
INPUT: International Public Television Screening Conference
JTC: Les journaux Trans-Canada Ltée
Keystone: Dans Agence de presse Keystone International
MC: Voir ci-dessus le sigle AMC
MMB: Major Market Broadcasters, dans Agence MMB Ltée
NAB: National Audit Bureau
NTR: Nouvelles télé-radio Ltée, version française de BN (Broadcast News Ltd)
ODC: Office de la distribution certifiée
OWNA: Ontario Weekly Newspapers Association
PA: Presse associée Ltée, version française de AP (Associated Press)
PBS: Public Broadcasting System
PC: Presse canadienne, version française de CP (Canadian Press)
PEQ: Presse étudiante du Québec
PMB: Print Measurement Bureau
PPA: Periodical Press Association
PPA: Periodical Publishers Association
PPE: Periodical Publishers Exchange
RC: Pour désigner les réseaux français de Radio-Canada
RQ: Pour désigner le réseau de Radio-Québec
SBN: Standard Broadcast News
SBS: Standard Broadcast Sales, dans Société de publicité radio- télévision SBS Ltée
SDA: Selected Distribution Audit, division of Canadian Circulations Audit Board
SYGMA: Dans Agence de presse SYGMA
TVA: Pour désigner le réseau les télédiffuseurs associés
UCIP: Union catholique internationale de la presse
UPC: United Press Canada Ltd
UPI: United Press International

2 — Abréviations

C.P.: Casier postal
D: Dimanche
Dim.: Dimanche
Enr.: Enregistrée
h: Heures
INC.: Incorporée
J: Jeudi
Jeu.: Jeudi
Khz: Kilohertz
L: Lundi
Ltée: Limitée
Ltd: Limited
Lun.: Lundi
MA: Modulation d'amplitude, version française de AM (Amplitude Modulation)
Mar.: Mardi
Mer.: Mercredi
MF: Modulation de fréquence, version française de FM (Frequency Modulation)
Mhz: Mégahertz
Min: Minutes
No: Numéro
ROS: Round of Schedule ou Plan de saturation avec diffusion en rotation
S: Samedi
Sam.: Samedi
Sem.: Semaine
TAP: Total Audience Plan ou Plan d'audience maximum
TV: Télévision
UHF: Ultra hautes fréquences
V: Vendredi
Ven.: Vendredi
VHF: Très hautes fréquences
%: Pourcentage
$: Dollard

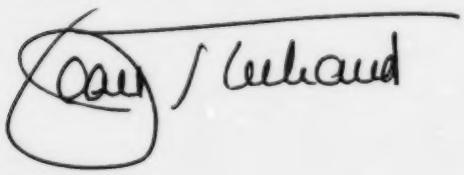
AVANT-PROPOS

Le ministère des Communications est heureux d'offrir au public intéressé le premier répertoire des médias québécois.

Ce répertoire est essentiellement un outil de connaissance et d'information sur les principaux médias oeuvrant dans l'ensemble du Québec et dans chacune de ses régions. Le lecteur y trouvera des renseignements sur les caractéristiques générales et sur les règles de fonctionnement d'environ 580 médias. Le répertoire sera d'une grande utilité pour le chercheur et pour le praticien de la communication. Des besoins spécifiques de référence seront aussi satisfaits par la consultation des appendices constitués pour faciliter l'accès rapide au répertoire.

Des remerciements doivent être adressés au personnel du Centre d'étude des supports de publicité responsable de la production du répertoire. La collaboration des médias et des groupes d'affaires, qui ont fourni les renseignements demandés, a été vivement appréciée.

LE MINISTRE DES COMMUNICATIONS



Jean-François Bertrand

INTRODUCTION

La Direction générale des moyens en communication (DGMC) du ministère des Communications du Québec a pour mandat, entre autres, de mettre à la disposition des ministères et organismes des services spécialisés de recherche et d'expertise en matière de communication. À ce titre, la Direction de la gestion publicitaire, qui relève de la DGMC, fournit une expertise professionnelle dans le domaine de la publicité et des médias dans le cadre des multiples opérations gouvernementales en communication. C'est ainsi que cette direction a confié au Centre d'étude des supports de publicité la tâche de produire un répertoire des médias du Québec qui serve d'outil de travail pour les praticiens publics et privés de la communication.

À l'heure actuelle, les professionnels de la communication utilisent divers répertoires produits par leurs propres ressources ou par des entreprises privés. Par exemple, la maison Maclean-Hunter de Toronto publie mensuellement, en anglais seulement, un répertoire des médias publicitaires appelé « CARD » (Canadian Advertising Rates and Data). La compagnie Argus-Presse publie aussi au Québec, sous la forme d'un cahier de feuilles mobiles, « l'Argus des Communications », où les tarifs publicitaires sont absents. L'Agence générale d'Éditions professionnelles faisait paraître récemment « L'Officiel de la publicité au Québec », qui s'adresse principalement à la clientèle des petites et moyennes entreprises. Enfin, beaucoup de ministères se sont dotés de répertoires ou de listes de médias pour répondre à leurs besoins.

Dans ce contexte, le ministère des Communications a pris la responsabilité de produire un répertoire des médias, de langue française, qui donne un portrait équilibré des médias oeuvrant sur le marché québécois et qui satisfasse les besoins diversifiés des principaux utilisateurs. Le Centre d'étude des supports de publicité s'est efforcé de produire un répertoire au contenu standardisé, avec une large couverture de médias, dont la terminologie est rigoureusement définie. La consultation des informations sur les médias est facilitée par des instruments de repérage, tels que les index et les listes conçus en fonction des préoccupations des éventuels utilisateurs.

Afin d'obtenir une vue complète de la préparation de cette première édition, le lecteur peut prendre connaissance des informations suivantes sur la structure du répertoire, l'inventaire et la description des médias, ainsi que sur la démarche de production.

La structure du répertoire

Le répertoire comporte trois parties centrales (1, 2, 3) qui constituent le corps du répertoire et quatre appendices pour faciliter la consultation. Les parties et les appendices sont de couleur différente.

La première partie, de couleur blanche, porte sur les médias imprimés. Ces derniers sont classés selon les catégories habituelles du monde des médias. Cette classification est établie d'après plusieurs critères, dont le type de l'imprimé (journaux ou revues et magazines), la périodicité, l'étendue géographique de la distribution et l'appartenance ethnique de l'éditeur. L'application de ces critères a permis de distinguer deux catégories d'imprimés, soit les journaux ainsi que les revues, magazines et bulletins. Les journaux comprennent les quotidiens, les hebdomadaires, les bimensuels et mensuels, et les journaux ethniques.

Les hebdomadaires régionaux (partie 1,1.3), en raison de leur implantation dans des marchés délimités, sont classés par région et sous-région. Le territoire du Québec est divisé en neuf grandes régions, dont quatre, à cause de leur étendue et du nombre des médias, sont subdivisées. Ce sont les régions du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie, de Québec, de Trois-Rivières et de Montréal.

La partie 1,2 des revues, magazines et bulletins est séparée en deux sections. La première (1,2.1) comprend les revues et magazines d'information générale qui visent un large public et qui sont distribués en kiosque. La seconde partie (1,2.2) regroupe les revues, magazines et bulletins d'information spécialisée, qui s'adressent à des clientèles particulières et qui sont distribués, le plus souvent, par abonnement. Cette seconde section est subdivisée par grand thème d'intérêt. Ces thèmes, au nombre de vingt-deux, s'inspirent principalement du contenu de l'imprimé et des catégories en usage dans le domaine de la documentation.

La seconde partie du répertoire, de couleur verte, porte sur les médias électroniques. À l'instar des imprimés, les médias électroniques sont divisés selon le type (radio ou télévision) et selon l'appartenance régionale ou sous-régionale. Les réseaux sont distingués des stations individuelles, afin de tenir compte de leur vocation particulière en matière de diffusion.

La troisième partie, de couleur jaune, est constituée des groupes de médias et des maisons de représentation. Les groupes de médias comprennent les groupes commerciaux et les groupes de stations offrant des tarifs combinés. La section sur les maisons de représentation est divisée en médias imprimés et en médias électroniques.

Quatre appendices, de couleur rose, complètent le répertoire. L'appendice 1 contient deux index et deux listes. Le premier index (appendice 1,1) est un index permuté des titres. Le deuxième index (appendice 1,2) est constitué à partir des municipalités où sont situés les médias et les maisons de représentation. La première liste

(appendice 1,3) regroupe les médias et les maisons par région et par ordre alphabétique. La deuxième liste (appendice 1,4) rassemble les médias autres que unilingues francophones par ordre alphabétique. Les numéros accompagnant le nom de chaque média ou maison renvoient à l'ordre d'apparition dans le répertoire (voir les numéros à la table des matières, en haut de chaque page ou au début de chaque description).

L'appendice 2 contient la liste des entreprises de câblodistribution par région et par ordre alphabétique. Cette information s'ajoute aux données du répertoire sur les médias.

L'appendice 3 présente le glossaire des médias imprimés et électroniques, où sont définis les termes et les caractéristiques des médias, selon l'ordre de description suivie pour les médias (partie 1 et 2).

L'appendice 4 contient les changements ou additions de dernière heure, susceptibles de modifier certaines données du répertoire.

L'inventaire des médias

Le répertoire contient des informations sur 576 entreprises, soit 375 médias imprimés, 158 médias électroniques, 17 groupes de médias et 26 maisons de représentation.

La partie 1,1 (236 journaux) compte 12 quotidiens, 19 hebdomadaires nationaux, 166 hebdomadaires régionaux, 3 bimensuels et mensuels nationaux, 15 bimensuels et mensuels régionaux et 21 journaux ethniques. La partie 1,2 (139 revues, magazines et bulletins) compte 23 revues et magazines d'information générale et 116 revues, magazines et bulletins d'information spécialisée.

La partie 2,1 (radio) comprend 119 stations et 10 réseaux de radio. La partie 2,2 (télévision) totalise 24 stations et 5 réseaux de télévision.

La partie 3,1 (les groupes de médias) inclut 8 groupes commerciaux et 9 groupes de stations offrant des tarifs combinés. La partie 3,2 (les maisons de représentation) dénombre 10 maisons représentant des médias imprimés et 16 représentant des médias électroniques.

L'inventaire a aussi permis d'identifier 114 stations de radio réémettrices, 133 stations de télévision réémettrices et 134 entreprises de câblodistribution (appendice 2).

Un certain nombre de critères ont servi à la sélection finale des médias. Les médias imprimés devaient être en circulation au Québec en date du 1er mars 1981 et être publiés au moins mensuellement (minimum de 10 fois par année). De plus, tous les imprimés devaient être enregistrés au Bureau du dépôt légal de la Bibliothèque nationale du Québec à cette même date ou être distribués majoritairement au Québec et de la langue française, lorsqu'édités à l'extérieur du Québec. Enfin, les imprimés retenus devaient être publicitaires et posséder un contenu rédactionnel. Les médias imprimés, qui ne répondaient pas à tous les critères à la fois, n'étaient pas répertoriés.

De la même façon, les médias électroniques devaient être en ondes le 1er mars 1981, situés au Québec (à l'exception de cinq médias) et titulaires d'une licence d'exploitation émise par le CRTC. Les médias électroniques devaient de plus diffuser sur ondes hertziennes.

La partie 3 (groupes de médias et maisons de représentation) comprend, d'une part, les groupes situés au Québec et offrant des tarifs publicitaires combinés et, d'autre part, les maisons de représentation ayant une place d'affaires au Québec et représentant, au moins, un média situé au Québec.

Enfin, l'appendice 2 recense toutes les entreprises de câblodistribution titulaires d'une licence d'exploitation émise par le CRTC, ayant une place d'affaires au Québec et y offrant des services de câble.

La description des médias

La présentation des informations relatives aux médias a été standardisée. Toutefois, le contenu informationnel, particulièrement celui des tarifs publicitaires, a subi très peu de modifications. Lorsque des modifications ont été faites, elles étaient justifiées par un souci de qualité du français ou par l'obtention de renseignements plus précis d'une source authentique.

Les informations sur les médias imprimés sont classées selon quatre grandes rubriques: identification, information, publicité et distribution. Les informations sur les médias électroniques sont divisées selon cinq rubriques: identification, propriété et affiliation, information et programmation, publicité et estimés BBM.

L'ordre d'apparition des rubriques a été aussi uniformisé d'un type de média à l'autre, afin de faciliter la consultation. Les caractéristiques de chaque rubrique sont décrites dans le glossaire apparaissant à l'appendice 3, en suivant l'ordre de description des médias.

Pour des raisons de commodité, les titres des rubriques et des caractéristiques ne sont pas toujours indiqués. Dans la plupart des cas, l'information donnée suffit en elle-même. Dans certains cas, le titre de la caractéristique et l'information correspondante apparaissent en même temps, pour améliorer la compréhension. Lorsqu'une caractéristique (ou une rubrique) ne s'applique pas à un média ou que l'information correspondante n'est pas disponible, aucun renseignement n'est inscrit.

Les informations relatives à la tarification publicitaire sont absentes, lorsque le média n'a pas donné d'autorisation écrite de les publier. Les tarifs publicitaires apparaissant dans le répertoire doivent cependant être vérifiés auprès des médias, parce que ces derniers peuvent les modifier sans avis.

Les étapes de production du répertoire

La production d'un répertoire implique une série d'opérations plus ou moins complexes. Dans un premier temps, l'inventaire des répertoires existants et des informations disponibles a été effectué. L'analyse de la situation actuelle et des besoins a conduit à fixer les objectifs et les principaux paramètres de la production d'un répertoire des médias.

La seconde étape a consisté à concevoir les instruments de cueillette des informations, à savoir les grilles de collecte et les fiches d'enregistrement des données pour

chaque média. C'est à cette étape, qu'a été déterminé le cadre uniforme de présentation des informations dans le répertoire.

Au cours de la troisième étape, les informations les plus complètes possible ont été compilées sur les médias et les maisons de représentation devant apparaître dans le répertoire. Cette étape de collecte des données s'est déroulée en trois phases:

1) L'inventaire des médias et des maisons de représentation;
2) la compilation et l'enregistrement des informations;
3) la vérification finale auprès des médias et des maisons de représentation.

La quatrième étape fut la rédaction du contenu final du répertoire.

La fiabilité des informations a été assurée par l'utilisation de sources authentiques, telles que l'exploitant du média lui-même, les cartes de tarifs publicitaires, les rapports de certification de tirage des organismes ABC, ODC et CCAB, et les rapports des estimés BBM.

L'inventaire de la situation actuelle, la conception des paramètres du répertoire, ainsi que la compilation des informations de base se sont déroulés au cours de l'année 1980. Puis, de décembre 1980 à février 1981, la vérification auprès des médias et des maisons de représentation des informations disponibles a été réalisée. La dernière étape, la rédaction du répertoire, a eu lieu en mars et avril 1981. Les informations apparaissant au répertoire étaient exactes au début de mars 1981, compte tenu des données obtenues par le Centre d'étude.

Conclusion

La production du répertoire a nécessité la collaboration de plusieurs organismes des secteurs public et privé. La documentation sur les médias imprimés de la Bibliothèque de la Législature et de la Bibliothèque Nationale du Québec a été abondamment consultée. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes a prêté son concours à l'inventaire des médias électroniques. Les informations techniques et l'expertise de la Direction générale des services de télécommunications (DGST) ainsi que de la Direction générale du développement des communications et des politiques (DGDP) ont contribué à compléter certaines données de base.

La collaboration des médias et des maisons de représentation a été déterminante: en effet, plus de 80% des médias ont répondu aux demandes de renseignements du Centre d'étude. Ce fort taux de réponse constitue un indicateur de l'intérêt des médias pour un répertoire de calibre professionnel. L'ampleur des réponses est attribuable aussi à la participation des bureaux de Communication-Québec dans leurs régions respectives.

Cette prernière édition du répertoire des médias québécois sera suivie et améliorée par des éditions ultérieures. Toute personne, désireuse de transmettre son appréciation et de faire des suggestions, peut communiquer avec le personnel du Centre d'étude des supports de publicité, dont l'adresse apparaît à la dernière page du répertoire. Le coupon-réponse inséré dans le répertoire peut aussi être complété et posté.

Partie 1

LES MÉDIAS IMPRIMÉS
LES MÉDIAS IMPRIMÉS
LES MÉDIAS IMPRIMÉS

1.1 JOURNAUX

1.1.1 Quotidiens

10

LE DEVOIR

ABC/ACEJQ

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1910, publié du lundi au samedi
Édité en français par l'Imprimerie Populaire
211, du Saint-Sacrement
Montréal
H2Y 1X1
Téléphone: (514) 844-3361, Télex: 055-61245
Grand format
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Livraison à domicile: 1,50$/semaine
Canada: L-S 70$/an, 38$/6 mois, 27$/3 mois
S seulement 19$/an
Pays étrangers 75$/an, 41$/6 mois, 29$/3 mois

Personnel
Président: Denys Pelletier
Éditeur et directeur: Jean-Louis Roy

INFORMATION
Moment de tombée
22 h
Agence de presse: PC, PA, AFP, REUTER, Field Newpaper Syndicate, le Monde
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Michel Roy
Directeur de l'information: Pierre Loignon

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Marcel Payette

Tarifs publicitaires
Carte No 36 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,75$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Contrat de volume et contrat de fréquence: non disponible

Annonce couleur
Non disponible

Catégories particulières d'annonces
Appel d'offres: 0,95$
Avis légaux: 0,95$
Nominations: 1,60$
Nominations (haut de la page): 2,00$
Bandes dessinées: non disponible
Encarts: 40$ le mille
Pré-imprimés Hi-Fi pleine page: 1 800$
Flex-Forme: 1 800$

Page ou position spécifiées
Pages financières: 0,95$ la ligne agate
Position exigée: 33⅓% en sus du tarif d'une annonce courante.
Pages 1-3-5: grandeurs plus tarifs sur demande.

Exigences minimales et maximales
Une colonne, 14 lignes; 2 colonnes, 20 lignes et 10 lignes supplémentaires pour chaque colonne en largeur.
Annonces de plus de 280 lignes de hauteur, facturées pour une colonne complète.

Réservations et heures de tombée
Du mardi au samedi: midi, 2 jours avant la publication
Le lundi: vendredi midi précédent.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9,6 picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8
Largeur de la page: 83 picas
Trame: 85 points
Procédé d'impression: Offset
N'utilisent que des repros ou velox (papier photographique) ou des films.

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15% (uniquement aux agences qui répondent aux normes de la ACEJQ)
Rabais au comptant: 2% pour paiement avant le 20 du mois suivant.
Intérêt de 1½% après 30 jours.

Divers
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter les tarifs publicitaires en tout temps après avis écrit, et tous les contrats sont acceptés sous cette réserve.
L'éditeur se réserve le droit d'annuler tout contrat, sans aucun frais, à la date où les nouveaux tarifs sont en vigueur.
L'annonceur accepte que l'éditeur ne soit pas tenu responsable des dommages que le premier pourrait subir à la suite de la publication d'annonces contenant des erreurs au-delà de la valeur de l'espace occupé par cette partie de l'annonce où l'erreur s'est glissée ou d'un manque à publier qu'une telle erreur soit due à la négligence des employés de l'éditeur ou à toute autre cause.
L'éditeur se réserve le droit de refuser les annonces qui lui sont livrées C.O.D. ou dont le paiement doit être fait à l'avance.
L'éditeur se réserve le droit d'insérer le mot « Annonce » au haut ou au bas de l'annonce.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
L-V: 40 732
S: 40 503

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*
Toutes les régions du Québec

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*
Les principales villes du Québec

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
L-V: 8,8%
S: 10,7%

* À partir des données de la recension ABC du 22 et 25 mars 1980

20

LE DROIT

ABC/ACEJQ/ANPA

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1913, publié du lundi au samedi
Édité en français par Le Droit Ltée
375, Rideau
Ottawa
K1N 5Y7
Téléphone: (613) 237-3050
Grand format
Coût du numéro: L-V: 0,25$
S: 0,50$
Coût de l'abonnement
Livraison à domicile: 62$/an, 31$/6 mois, 15,50$/3 mois, 5,25$/mois, 1,25$/semaine
Canada: 100$/an, 50$/6 mois, 25$/3 mois, 8,50$/mois
Étranger: 120$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur général: Jean-Robert Bélanger

INFORMATION
Moment de tombée
3 h et 11 h
Agence de presse
PC, PA, REUTER, AFP, BIP

Personnel
Éditorialiste en chef: Pierre Tremblay
Directeur de l'information
Jean-Guy Bruneau

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité
André Laurin
Publicitaire pour le Québec
Georges Mercier

Tarifs publicitaires
Carte No 45 du Droit en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,65$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 275$ en sus du tarif d'une annonce
Noir et 2 couleurs: 350$
Noir et 3 couleurs: 425$
Minimum 600 lignes. Pour les mercredis, jeudis et vendredis, il est préférable d'indiquer un deuxième choix. Marques de repérage néces-

saires. Négatif ou repro ou velox. Des épreuves trichromes doivent accompagner le matériel.

Catégories particulières d'annonces
Rapports annuels, avis légaux, demandes de soumissions et rapports financiers (lorsque repro français fourni), la ligne: 0,65$
lorsque composée en 6, 7 ou 8 points, la ligne: 0,70$
Réclame politique et électorale la ligne: 0,65$ (comptant avec la commande, sauf lorsque la commande est placée par une agence de publicité accréditée).
Réclame sous forme de nouvelles, avec photo, la ligne: 1,30$
Une annonce – genre bande comique.
35 lignes de haut et quatre colonnes de large, noir et blanc la ligne: 0,65$
Sujet à un supplément de 35$ pour préparation française du matériel anglais. Pas de frais de traduction au français.
Bandes illustrées: un tabloïd du samedi Hebdo-Comiques intégré à la livraison de Le Droit d'Ottawa et l'Évangéline de Moncton. Tarif sur demande.
Annonces classées: au mot, 0,15$ par insertion
(minimum 10 mots)
Classées, genre étalage, 0,65$ la ligne agate (minimum 20 lignes)
Les commissions d'usage sont payables aux agences qui répondent aux normes de la ACEJQ et de l'ANPA.
Pour le service d'une case: 5$.
Flex-Form: espace maximum publicitaire, 1 525 lignes: aucun minimum (suppléments ordinaires pour la couleur), taux fixe 1 225$
Encarts imprimés à l'avance et fournis en rouleaux (Hi-Fi)
Disponible sur demande seulement.
Spectacolor – Non accepté
Encarts imprimés à l'avance et fournis à plat: Minimum de frais 2 300$
Pas de minimum de dimensions. Les encarts doivent être en français. Les dimensions et le caractère des encarts sont sujets à l'approbation de l'éditeur.
Encarts: tous les jours selon les possibilités mécaniques.
Doivent porter folio, date de publication et une ligne stipulant qu'il s'agit d'un supplément au journal Le Droit.
8 pages tabloïd ou
4 pages format régulier: 2 650$
12 pages tabloïd ou
6 pages format régulier: 3 100$
16 pages tabloïd ou
8 pages format régulier: 3 500$
20 pages tabloïd ou
10 pages format régulier: 3 850$
24 pages tabloïd ou
12 pages format régulier: 4 250$
28 pages tabloïd ou
14 pages format régulier: 4 650$
32 pages tabloïd ou
16 pages format régulier: 5 050$
36 pages tabloïd ou
18 pages format régulier: 5 450$
40 pages tabloïd ou
20 pages format régulier: 5 900$
48 pages tabloïd ou
24 pages format régulier: 6 350$
Les encarts dépassant le maximum de cette échelle seront facturés à raison de 350$ additionnels pour chaque 4 pages tabloïd ou 2 pages format régulier.

Téléprobec 5
Le guide de la télévision imprimé à l'offset, est publié tous les samedis et distribué avec La Presse (télé-Presse), La Tribune (télé-Tribune), La Voix de l'Est (télé-Voix de l'Est), Le Droit (télé-Droit), et Le Nouvelliste (télé-Nouvelliste). Carte-tarif et exigences techniques sur demande.

Page ou position spécifiées
Page garantie, supplément: 0,15$ la ligne
« Oreille » 1¾" x 11½" (non résiliable) à la Une – vendue en quantité de 26 ou 52, minimum d'une insertion par semaine.
Taux fixe, par jour 50$.

Exigences minimales et maximales
Espace minimum: une colonne, 14 lignes; deux colonnes, 20 lignes; 10 lignes agate de hauteur pour chaque colonne de largeur.
Les annonces de plus de 280 lignes sont facturées sur la hauteur de la colonne (305 lignes).

Réservations et heures de tombée
Tout matériel publicitaire en noir et blanc, destiné aux éditions du mardi au samedi, doit parvenir avant 17 h, le 2e jour précédant la publication. Pour les éditions du lundi, l'heure de tombée est midi le vendredi précédent.
Toutes les annulations sont sujettes aux mêmes heures de tombée.
Couleur: réservations, 5 jours entiers à l'avance. Tout le matériel, trois jours à l'avance. Les annulations, trois jours à l'avance.
Supplément « Hebdo-Comiques »: temps limite, six semaines avant la date de publication. Annulation, quatre semaines à l'avance.

Précisions typographiques
Imprimé au procédé « Offset ». L'éditeur utilise les négatifs, les repros ou les velox.
Dimension de la page avant la caméra:
largeur de 14⅞" sur 22⅛" de profondeur
la colonne mesure 1¾"
la colonne additionnelle 1⅞"
8 colonnes à la page
Dimension de la page imprimée:
13⅜" de largeur sur 21¾" (305 lignes) de hauteur 2 440 lignes à la page.
Pages doubles aboutées, facturées au taux de 17 colonnes 5 185 lignes) dimensions 30" x 22⅛". (Avant la Caméra).
Plus 150$
Trame noir et blanc: 85
Trame couleurs: 100

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15% et 2% de remise au comptant pour paiement avant le 20 du mois suivant.
Commissions payables seulement aux agences qui répondent aux normes de la ACEJQ et l'ANPA.
Aucune commission ne sera payée aux agences pour les annonces de commerces en détail facturées au tarif local.

Divers
Les annonces de boissons alcooliques sont acceptées sous réserve des lois provinciales de l'Ontario.
Toutes les annonces sont sujettes à l'approbation de l'éditeur.
Les commandes conditionnelles ne sont pas acceptées.
L'éditeur se réserve le droit de censurer, de reviser ou de refuser toute annonce. Il ne pourra être tenu responsable de la non-parution d'une réclame, que ce soit par inadvertance ou pour toute autre raison, que la réclame ait été acceptée ou non.
L'annonceur convient que l'éditeur ne sera pas responsable des dommages résultant d'erreurs dans les annonces, au-delà du montant payé pour l'espace effectivement occupé par cette partie de l'annonce où l'erreur s'est produite, qu'une telle erreur soit due à la négligence de ses employés ou à toute autre cause. L'éditeur n'assumera aucune responsabilité pour la non-publication de toute annonce, au-delà du montant payé pour telle annonce.
Les annonces sont acceptées pour le total du tirage seulement.
Toutes les mesures sont d'une ligne de découpage à l'autre, mais n'excédant pas l'espace retenu.
L'éditeur se réserve le droit de majorer le tarif des présentes, en tout temps, après avis de 60 jours par écrit.
Copie soigneusement traduite de l'anglais au français sans frais, pourvu qu'un délai de cinq jours soit accordé.
Le service de maquettes peut, dans la plupart des cas, adapter à peu de frais des en-têtes de l'anglais au français.
Affiliations: indépendant en politique; membre de la PC, de la PA, de Reuter, A.F.P., B.I.P., A.B.C., ACEJQ, ANPA.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
L-V: 44 569
S: 49 178

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Hull	59.7	59.7
Gatineau	23.8	83.5
Papineau	12.7	96.2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Hull (zone urbaine)	59.7
Aylmer (zone urbaine)	15.6

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
32.4%

* À partir des données de la recension ABC du 4 mars 1980

30

THE GAZETTE

ABC/ACEJQ/NAB/ BCQ/ACTA

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1778, publié du lundi au samedi
Édité en anglais par Southam Inc.
250, Sainte-Antoine ouest
Montréal
H2Y 3R7
Téléphone: (514) 282-2222; Télex: 055-61767
C.P. 4300, succ. Place d'Armes
Montréal
H2Y 3S1
Grand format
Coût du numéro: 0,25$
Hors de la région métropolitaine: 0,30$
Écoles: 0,14¼$ (L-V) et 0,20¼$ (Sam.)
Coût de l'abonnement
Carnelot: 60$/an; 32$/6 mois; 17$/3 mois; 1,30$/semaine
Poste: Montréal 100$/an; 60$/6 mois; 30$/3 mois; 10$/mois
Autres 150$/an; 90$/6 mois; 45$/3 mois; 15$/mois

Personnel de direction
Éditeur: Robert McConnel
Adjoint à l'éditeur: Robert Richardson

INFORMATION
Moment de tombée
22 h
Agence de presse: UPI, PC, PA, UPC, REUTER, N-Y Times, L-A Times, Cox News Services, Knight Ridder
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Mark Harrison
Rédacteur des nouvelles locales: Michael Cooke

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Southam Newspapers
44, Esterel
Mart-Place Bonaventure
Montréal
Téléphone: (514) 878-9794

Personnel
Directeur des ventes de publicité:
T. Bruce Stevenson
Téléphone: (514) 282-2750

Tarifs publicitaires
Carte No 43, publicité nationale, en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: l-v 2,30$ la ligne agate (sans contrat)
s plus 15%

Escompte ou prix réduit
Tarifs de contrat
2 500 lignes: 2,12$ plus 15%
5 000 lignes: 2,10$ plus 15%
10 000 lignes: 2,08$ plus 15%
25 000 lignes: 2,05$ plus 15%
50 000 lignes: 2,01$ plus 15%
* Pages financières plus 10% position
Tarifs pour insertions multiples: tarifs réduits pour insertions multiples d'annonces voyages-vacances disponibles sur demande.
Annonces sans contrat, commandées en même temps pour 3 insertions et plus dans les 30 jours qui suivent la première parution sans changement de copie:
L-V: 2,20$
S: plus 15%

Annonce couleur
Disponibles tous les jours – 600 lignes min.
Noir et blanc: 1/c – l-v: 1 000$ s: plus 15%
Noir et blanc: 2/c – l-v: 1 200$ s: plus 15%
Noir et blanc: 3/c – l-v: 1 400$ s: plus 15%
Pages doubles (double truck): tarif de couleur applicable sur chacune des pages. Total de 1 900 lignes de minimum.

Catégories particulières d'annonces
Déclarations de dividendes
Tarifs des pages financières applicables
Appels d'offres et avis légaux l-v: 2,30$ s: plus 15%
Annonce sous forme de texte. (Publiée sous double filet avec la mention « annonce): double tarif
Avis de nominations publiées avec photos: pages financières
(le texte peut être revisé pour qu'il se conforme au style de rédaction).
l-v: 6$ s: plus 15%
Carnières et professions:
1 par. l-v: 2,30$ s: plus 15%
2 par. l-v: 2,10$ s: plus 15%
3 par. l-v: 1,90$ s: plus 15%
Publicité flexforme: jusqu'à 1 500 lignes – 75% du coût d'une pleine page. Plus de 1 500 lignes-coût d'une pleine page. Tarifs de couleur sont applicables. Ces annonces doivent être soumises à l'éditeur pour approbation. Préavis de 4 jours exigé.
Annonces-papillons (earlugs).

	Première page		Finance	
	l-v	s	l-v	s
13 sem.	230$	265$	173$	199$
26 sem.	201$	231$	155$	178$
52 sem.	161$	185$	132$	152$

Annonces-papillons (earlugs)

	Autres cahiers	
	l-v	s
13 sem.	138$	159$
26 sem.	127$	146$
52 sem.	115$	132$

(Disponibilité de positions sur demande; contrats non-résiliables). Dimensions: 19 lignes de hauteur sur 2¾" de largeur.
Pré-imprimés: En rouleaux: Hi-Fi non disponible.
Encarts: carte de tarifs disponible sur demande.
Spectacolor: non disponible.
Bandes illustrées publicitaires (samedi).

	1 par.	6 par.	13 par
1 page	1 000$	950$	900$
1/2 page	600$	575$	550$

Bandes illustrées publicitaires (samedi)

	26 par	52 par
1 page	850$	800$
1/2 page	550$	500$

Date limite: 6 semaines avant parution.
Exigences techniques et matériel requis: sur demande.
TV times: magazine couleur publié tous les samedis. Imprimé offset. Tarifs fixes pour unités publicitaires régulières.
Carte de tarifs disponible sur demande.
Pages financières publiées (du lundi au samedi): accepté sur une base garantie seulement – surcharge de 10% au tarif général applicable.
Pages publicitaires de transport maritime publiées tous les mardis. Ces pages sont également imprimées en cahier spécial et postées à quelques 12 000 importateurs, exportateurs et gérants de transport à chaque semaine.
Sans contrat: 2,65$
Contrat de 52 semaines: 1,90$
Toutes les annonces publiées dans les pages maritimes sont incluses dans le cahier spécial.

Page ou position spécifiées
Aucune publicité sur la 1re page ou sur la page éditoriale.
Page 2: 25% de surplus
(minimum 100, maximum 150)
Page 3: 50% de surplus
(minimum 40, maximum 80)
Page 4: 25 % de surplus
(minimum 50)
Pages 5, 7, 9: 25% de surplus
(minimum 100)
Première page d'un cahier standard:
50% de surplus (100 lignes seulement)
Toute autre première page:
50% de surplus (minimum 100, maximum 175)

Réservations et heures de tombée
Journal régulier: annonces noir et blanc – midi 2 jours avant parution pour matériel; 4 jours ouvrables, si des épreuves sont requises. Pas d'épreuves sur annonces de 200 lignes ou moins. Le matériel complet sans aucune composition sera accepté jusqu'à 17 h, 2 jours avant la publication.
Pour éditions du lundi au mardi – midi le vendredi précédent.
Pages vacances-voyages: (samedi) 16 h, mardi.
Pages des Arts et de littérature: (samedi) 17 h, mercredi.
Pages des Restaurants: (vendredi) 17 h, mardi.
Flexforme – 4 jours avant.
Annonce couleur – noir 1/c – préavis de 3 jours; matériel, 3 jours ouvrables avant parution. Non résiliable.
Noir 2 et 3/c préavis de 5 jours; matériel, 3 jours ouvrables avant parution. Non résiliable.
Pages – doubles sans séparation (double truck) – préavis de 3 jours. Matériel 3 jours ouvrables avant parution. Non résiliable.
Cahiers spéciaux: Réservations et matériel – 7 jours avant publication.

Précisions typographiques
Les exigences techniques peuvent être modifiées sans avis préalable, 8 cols par page – largeur d'une colonne 10, 11 ems.
Procédé photocomposition pour toute publicité.
Similigravure exigée – 55. Grandeur minimum – 14 lignes x 1 colonne; 10 lignes agate par colonne.

Largeurs maximum pour tout matériel

	régulier	tabloïd
1 colonne	1⅜	1⅜
2 colonnes	2 15/16	2 15/16
3 colonnes	4 7/16	4 7/16
4 colonnes	6	6
5 colonnes	7½	7½
6 colonnes	9 1/16	9 1/16
7 colonnes	10⅝	10⅝
8 colonnes	non disp.	
9 colonnes	13¾	–
Pages doubles sans séparation-19 cols.	28¼	22⅛
Hauteur de colonne	22⅛ (310 lignes)	13½ (193 lignes)
Le coût d'une pleine colonne sera facturée, si la hauteur excède	280 lignes	165 lignes

Modalités de paiements
Commission: 15% aux agences reconnues par ACEJQ.
2 % de rabais au comptant, pour paiement avant le 20 du mois suivant.
L'éditeur se réserve le droit de charger un intérêt de 1½% par mois (18% per annum) pour toute facture en souffrance.

Divers
L'éditeur se réserve le droit de hausser les tarifs sur préavis écrit de 30 jours adressé à l'annonceur ou à son agent. L'annonceur se réserve le droit d'annuler à partir de la date à laquelle des tarifs plus élevés entreraient en vigueur. De plus, advenant que la publication de ce journal soit restreinte de quelque façon que ce soit, les tarifs ci-dessus, l'espace prévu au contrat, aussi bien que le format, l'emplacement et la fréquence de parution des annonces seront sujets à revision de la part de l'éditeur, sans préavis.
Toute la publication doit être approuvée par l'éditeur.
Celui-ci se réserve le droit de rejeter ou omettre la publication de toute annonce, ou encore d'annuler sans préavis tout contrat de publicité pour des raisons qui lui se bleront satisfaisantes, sans pénalité. L'éditeur se réserve le droit d'insérer le mot « advertisement » au haut ou au bas de toute copie.
Aucun contrat ne doit excéder 12 mois.
Les instructions de même que les renseignements publicitaires non conformes à la carte de tarifs en vigueur seront considérés comme étant erronés et l'espace publicitaire sera facturé selon les tarifs et données en vigueur.
Tous les contrats doivent être approuvés par l'éditeur et signé par lui ou son représentant.
L'éditeur n'est nullement lié par des clauses ou des conditions autres que celles stipulées dans le contrat contresigné par les parties.
Toutes commandes ou annulations effectuées par téléphone doivent être confirmées par écrit.
La non réception de justificatifs ne justifie par un délai de paiement de facture. Toute facture doit être acquittée avant le 20 du mois suivant.
Une annonce exécutée et annulée avant parution sera facturée au taux horaire de 35$ (min. 35$).
L'annonceur limite la responsabilité de l'éditeur, pour dommages résultant d'une erreur dans une annonce, au coût de l'annonce contenant l'erreur. Le service de la publicité devra être avisé d'une erreur avant la deuxième parution. L'éditeur n'assume aucune responsabilité pour la non parution d'annonces.
Tous les droits de propriété, y compris les droits de reproduction, reviendront à l'éditeur et seront sa propriété.
Aucune de ces annonces ne pourra être reproduite en tout ou en partie, sans que n'ait été préalablement obtenue l'autorisation écrite de l'éditeur.

L'annonce d'un concours devra également comprendre la publication des résultats de ce concours.
Les avis de nominations pour pages financières devraient être commandés avec les dimensions approximatives; des modifications pourraient s'avérer nécessaires pour les conformer à notre style de rédaction. Imprimés pour photocomposition acceptés – hauteur 3".
Photos sur papier lustré préférables. Les avis de nominations seront publiés avec la mention « Announcement » au-dessus de l'avis, et le tarif sera également chargé.
Les commandes conditionnelles ne sont pas acceptées.
L'insertion de numéro de code dans les annonces ne peut être garanti.
Tout matériel est expédié « Frais de Port », ou lorsqu'il y a frais de douanes ou taxes payables à destination, les frais seront en retour chargés au client.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 42 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif local (sans contrat):
L-V, 2,10$ la ligne agate
S, plus 15%

Escompte ou prix réduit
Tarif à la ligne agate du lundi au vendredi
Pour le samedi, ajouter 15%
1 000 lignes: 1,45$
3 000 lignes: 1,40$
5 000 lignes: 1,37$
10 000 lignes: 1,35$
20 000 lignes: 1,31$
35 000 lignes: 1,29$
60 000 lignes: 1,26$
100 000 lignes: 1,25$
145 000 lignes: 1,24$
250 000 lignes: 1,21$
400 000 lignes: 1,17$
550 000 lignes: 1,11$
750 000 lignes: 1,08$
1 000 000 lignes: 1,01$
1 500 000 lignes: 0,94$
2 000 000 lignes: 0,91$
Pleine page: 10% de moins

Annonce couleur
Minimum 600 lignes
Noir et 1 couleur: 805$
Noir et 2 couleurs: 920$
Noir et 3 couleurs: 1 150$
Samedi: plus 15%

Catégories particulières d'annonces
Ajouter 15% pour le samedi
Services religieux dans les églises et synagogues:
L-S: 0,60$ la ligne
Autres activités par les institutions religieuses et campagnes de souscription reconnues:
L-V: 0,80$ par ligne
Clubs et associations sans but lucratif:
L-V: 0,95$ par ligne
Avis de nominations: L-V: 6$ par ligne
Pages financières: plus 25%
Annonces sous forme de texte (publiées sous double filet avec la mention « advertisement): double tarif
Annonces-signature: L-V: 15$

Publicité Flexforme: les tarifs d'une pleine page sont en vigueur. Les tarifs de couleur sont applicables. Ces annonces doivent être soumises à l'éditeur pour approbation
Annonces-papillons

	Première page		Finance	
	L-V	S	L-V	S
13 sem	196$	225$	150$	172$
26 sem	173$	199$	132$	152$
52 sem	138$	159$	115$	132$

	Autres cahiers	
	L-V	S
13 sem	121$	139$
26 sem	109$	125$
52 sem	98$	113$

(disponibilité de positions sur demande; contrats non-résiliables)
Dimensions: 19 lignes de hauteur sur 2¾ de largeur
Bandes illustrées publicitaires (samedi)

	1 par.	6 par.	13 par.
1 page	850$	810$	765$
1/2 page	510$	490$	470$

	26 par.	52 par.
1 page	725$	675$
1/2 page	450$	425$

Exigences techniques et matériel requis sur demande
Date limite: 6 semaines avant la parution
TV Times: idem, carte nationale
Encarts: idem, carte nationale

Page ou position spécifiées
Aucune publicité sur la première page et sur la page éditoriale. Page 3 et première page d'un cahier standard (Sports », « Business », « People », « Entertainment » – si disponible) – 50% de plus. Tout autre emplacement garanti: 25% de plus. Des renseignements supplémentaires, concernant les minimum et maximum des exigences de dimensions pour annonces, sont disponibles sur demande.

Réservations et heures de tombée
Journal régulier: publicité en noir et blanc – midi, 2 jours avant la parution pour tout matériel et copie; 4 jours ouvrables avant la parution si des épreuves sont nécessaires. (Pas d'épreuves sur annonces de 200 lignes ou moins)

Précisions typographiques
Largeur d'une colonne: 1⅜
Hauteur: 310 lignes
Espace de composition, pleine page: 13¾ sur 22⅛
9 colonnes par page
Demi-ton exigé – 55 points
Toute annonce dépassant 280 lignes sera répartie sur 310 lignes et facturée en conséquence. Les exigences techniques de The Gazette sont sujettes à changement sans préavis.
Le matériel non réclamé, ni utilisé, après une période de 4 mois, sera détruit au gré de l'éditeur.

Modalités de paiements
Les factures doivent être réglées dans les 30 jours suivant la date de facturation. L'éditeur se réserve le droit de charger un intérêt de 1½% par mois (18% par année) pour toute facture en souffrance.

Divers
Voir carte de tarif national

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 31 décembre 1980
L-V: 231 362
S: 284 144

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	**%**	**% cumulatif**
Île de Montréal et Île Jésus	79,8	79,8
Chambly	4,9	84,7
Québec	2,0	86,7

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Montréal (zone urbaine)	85,3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
L-V: 4,3%
S: 3,5%

* À partir des données de la recension ABC du 22 et 25 mars 1980

40

LE JOURNAL DE MONTRÉAL

ABC/ANPA

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1964, publié du lundi au dimanche
Édité en français par Groupe Québecor Inc., Division Le Journal de Montréal
155, Port-Royal ouest
Montréal
H3L 2B1
Téléphone: (514) 382-8800;
Télex: 05-827-591
Format: tabloïd
Coût du numéro
L-V: 0,25$; 0,30$ à domicile
L-V: 0,30$ Labelle et l'Abitibi
L-V: 0,70$ Îles-de-la-Madeleine
S-D: 0,50$ Labelle et l'Abitibi
S-D: 0,75$ Îles-de-la-Madeleine
Coût de l'abonnement
Canada, à domicile, 7 jours:
230$
160$/an; 80$/6 mois; 42$/3 mois
États-Unis et autres pays:
330$/an; 165$/6 mois; 85$/3 mois

Personnel de direction
Président et directeur général:
Maurice T. Custeau

INFORMATION
Moment de tombée
0 h
Agence de presse:
PC, UPC
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur de l'information: Gérard Cellier
Directeur des nouvelles: Pierre Francoeur
Directeur du sport: Bertrand Raymond
Secrétaire de rédaction:
Charles Petit-Martinon

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
André Martel
Téléphone: (514) 382-1312

Personnel
Directeur de la publicité:
Pierre Plante
Directeur de la publicité nationale:
Gérald S. Dufour
Directeur de la publicité locale:
Gilles Pépin

Tarifs publicitaires
Carte nationale No 17 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante
Tarif national, blanc et noir: 3$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 950$
Noir et 2 couleurs: 1 200$
Noir et 3 couleurs: 1 600$
« Hi-Fi » annonce sur 2 pages centrales: 4 500$
« Flexform » (max. 900 lignes agate, pas de minimum): 2 500$/page
Les tarifs réguliers de la couleur s'appliquent.
Date limite et réservations 3 jours, avant la publication

Catégories particulières d'annonces
Encarts pré-imprimés dans l'édition du samedi: tarifs sur demande
Carrières et professions: 3$ la ligne
Nomination: photo 5,75$ la ligne

Page ou position spécifiées
Bandes page frontispice 20 lignes x 6 colonnes:
Noir et blanc: 1 000$
Noir et 1 couleur: 1 100$
Bandes pages intérieures 26 lignes x 6 colonnes
Page 3: 750$
Page 5: 650$
Pages 6 et 7: 600$
Pages centrales: 1 300$
Autres: 575$
Emplacement garanti, lorsque disponible: tarifs sur demande

Exigences minimales et maximales
Hauteur minimum pour toute annonce: 14 lignes agate
Toute annonce, de plus de 170 lignes agate de hauteur, sera facturée comme 200 lignes agate.

Réservations et heures de tombée
Date limite pour toutes les annonces: 72 heures avant la publication pour matériel et réservations. Prière d'accorder 25 heures de plus, si des épreuves sont requises.

Précisions typographiques
Imprimé Offset
Largeur de la page: 60 picas, 9 points
Nombre de colonnes par page: 6
Largeur de la colonne: 9 picas, 6 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate – 14¼"
Page complète: 1 200 lignes agate

Modalités de paiements
15% de commission aux agences
2% d'escompte le 20 du mois suivant

Divers
Les annonces de brasseries et de distilleries sont acceptées et sujettes aux règlements de la Régie des Alcools du Québec.
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats.
L'annonceur accepte de ne pas tenir « Groupe Québecor Inc. » (Journal de Montréal) responsable de la non publication éventuelle de toute annonce, quelle que soit la cause.
De plus, en cas d'erreur d'impression, l'éditeur ne sera responsable que pour le coût de l'espace utilisé.
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.

Carte locale No 17 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif local, noir et blanc:
2,50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes ou plus: 2,15$
3 000 lignes ou plus: 2,05$
6 000 lignes ou plus: 1,95$
12 000 lignes ou plus: 1,80$
18 000 lignes ou plus: 1,70$
24 000 lignes ou plus: 1,65$
30 000 lignes ou plus: 1,63$
36 000 lignes ou plus: 1,60$
48 000 lignes ou plus: 1,58$
60 000 lignes ou plus: 1,56$
90 000 lignes ou plus: 1,55$
120 000 lignes ou plus: 1,53$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur standard: 600$ en sus
Noir et 2 couleurs: 800$ en sus
Noir et 3 couleurs: 975$ en sus

Catégories particulières d'annonces
Nominations (publié dans la section Finance): 5$
Avis légaux: 2$
Annonces politiques (locale ou de comté): 2,50$ payable avant la parution
Carrières et professions: 2$

Page ou position spécifiées
Dos de couvert: tarif, plus 25%, présence de 52 semaines minimum, contrat non résiliable
Page couverture frontale, bandes 20 x 6 (maximum): 750$
Bandes page 5 (maximum 25 x 6): 450$
Page spéciale garantie (sur demande): 350$
Pages spéciales garanties: Spécifications et tarifs sur demande
Pages centrales: Facturé pour 13 colonnes
Procédés « Full Process », positions spéciales ou autres, disponibles après entente préalable, afin d'assurer le contrôle des disponibilités

Exigences minimales et maximales
Hauteur minimum pour toute annonce
15 lignes agate
Toute annonce de plus de 170 lignes agate de hauteur sera facturée comme 200 lignes agate.

Réservations et heures de tombée
48 heures avant la publication pour matériel complet et 72 heures et plus, selon les journées, pour réservations.
Prière d'accorder 48 heures de plus, si des épreuves sont requises.

Précisions typographiques
Imprimé Offset
Largeur de la colonne: 9½ ems
Largeur de la page: 10¼"
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Nombre de colonnes par page (classé et encadré): 7
Trame requise: 100

Divers
Voir la même rubrique dans la carte nationale

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
L-V: 314 698
S: 305 213
D: 277 418

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*
Édition de la semaine

Région adm.	%	*% cumulatif*
Montréal	79,6	79,6
Trois-Rivières	1,9	81,5
Outaouais	1,5	83,0
Nord-Ouest	2,1	85,1

Édition du dimanche**
Toutes les régions du Québec

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*
Édition de la semaine

Municipalité	%
Montréal (zone urbaine)	64,4

Édition du dimanche
Les principales villes du Québec

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
L-V: 2,0%
S: 1,6%
D: 2,1%

* À partir des données de la recension ABC du 22 et 25 mars 1980
** À partir des données de la recension ABC du 23 mars 1980

50

LE JOURNAL DE QUÉBEC

ABC

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1967, publié du lundi au samedi
Édité en français par Le Journal de Québec Division du Groupe Québecor Inc.
450, Béchard
Ville Vanier
G1M 2E9
Téléphone: (418) 683-1573
C.P. 2158
Ville Vanier
G1K 7P2
Format: tabloïd
Coût du numéro
L-V: 0,25$
Côte-Nord, Nouveau-Brunswick, Gaspésie: 0,40$
Charlevoix, Bellechasse, Bas-Saint-Laurent: 0,30$
6 jours: 1,65$
S: 0,40$
Côte-Nord, Nouveau-Brunswick, Gaspésie: 0,55$
Charlevoix, Bellechasse, Bas-Saint-Laurent: 0,45$
Coût de l'abonnement
105$/an; 53$/6 mois; 28$/3 mois

Personnel de direction
Président: Maurice Custeau
Directeur général: Denis Lamoureux
Nom des éditions:
Le Journal de Québec au Saguenay Lac Saint-Jean
16, Smith
Chicoutimi
G7H 1N2
Téléphone: (418) 543-0224

INFORMATION
Moment de tombée
23 h 30
Agence de presse:
PC
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur de la rédaction: Serge Côté
Directeur de l'information: Jean-Guy Allard
Chef des nouvelles: Jocelyn Bourque
Directeur de l'information (Saguenay): Serge Saint-Hilaire

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
André Martel
155, Port-Royal ouest
Montréal
H3L 2B3
Téléphone: (514) 382-1312

Personnel
Directeur commercial: Jean-Claude L'Abbé
Directeur de la publicité nationale: Gérald S. Dufour
Directeur de la publicité locale: Laurent Blouin
Directeur de la publicité locale (Saguenay): Alain Renald

Tarifs publicitaires
Carte de tarif national No 16 en vigueur le 1er juillet 1980, pour le Journal de Québec

Annonce courante
Tarif national: 1,25$ la ligne agate
Tarif combiné avec le journal de Québec au Saguenay-Lac-St-Jean: 1,75$ la ligne agate.

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 450$ en sus
Noir et 2 couleurs: 600$
Noir et 3 couleurs: 750$

Catégories particulières d'annonces
Carrières et professions: 1,25$ la ligne agate
Nominations: 2,50$ la ligne agate
Annonces classées: 1,25$ la ligne agate (5 mots par ligne)
Flex form (maximum 900 lignes): 1 700$
Encarts: tarifs sur demande

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Exigences minimales et maximales
Espace minimal: 14 lignes agate sur 1 colonne.
Toute annonce, de plus de 170 lignes agate de hauteur, sera facturée comme 200 lignes.

Réservations et heures de tombée
48 heures avant la publication pour matériel et réservations.
Prière d'accorder 24 heures de plus, si des épreuves sont requises.

Précisions typographiques
Largeur de colonne
1 colonne 9½ picas
2 colonnes 20 picas
3 colonnes 30½ picas
4 colonnes 41 picas
5 colonnes 51½ picas
6 colonnes 62 picas
Largeur de la page: 10⅜
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate (14¼)
Nombre de colonnes par page: 6
Page complète: 1 200 lignes agate
Trame requise: 100
Procédé d'impression: Offset
Pour une meilleure reproduction, l'éditeur recommande l'utilisation de « repros », de dessins originaux ou de photographies.

Modalités de paiements
Commission aux agences
15%, 2% d'escompte le 20 du mois suivant.

Divers
Les annonces de brasseries et de distilleries sont acceptées et sujettes aux règlements de la Régie des Alcools du Québec.
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats.
L'annonceur accepte de ne pas tenir « Quotidiens Québecor Inc. » (Journal de Québec) responsable de la non publication éventuelle de toute annonce, quelle que soit la cause. De plus, en cas d'erreurs d'impression, l'éditeur ne sera responsable que pour le coût de l'espace utilisé.
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.
Les commandes conditionnelles ne sont pas acceptées.

Carte de tarif national No 16 en vigueur le 1er juillet 1980 et carte de tarif local No 14 en vigueur le 15 décembre 1980, pour le Journal de Québec au Saguenay-Lac-Saint-Jean

Annonce courante
Tarifs national et local: 0,50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 200 lignes agate: 0,30$ la ligne agate
2 400 lignes agate: 0,29$ la ligne agate
4 800 lignes agate: 0,28$ la ligne agate
9 600 lignes agate: 0,27$ la ligne agate
12 000 lignes agate: 0,26$ la ligne agate
18 000 lignes agate: 0,25$ la ligne agate
31 200 lignes agate: 0,24$ la ligne agate
62 400 lignes agate: 0,23$ la ligne agate

Annonce couleur
Tarif national
Noir et 1 couleur: 250$ en sus
Noir et 2 couleurs: 325$
Noir et 3 couleurs: 400$
Tarif local
Noir et 1 couleur: 150$ en sus
Noir et 2 couleurs: 250$
Noir et 3 couleurs: 350$

Catégories particulières d'annonces
Annonces politiques
(payables avant parution): 0,50$ la ligne agate
Nomination (mention): 0,50$ la ligne agate
Encarts: tarifs disponibles sur demande.

Page ou position spécifiées
Première page
Oreille (30 lignes x 1 colonne) ou bande (20 lignes x 6 colonnes)
1 insertion: 1,25$ la ligne agate
13 insertions: 1,00$ la ligne agate
26 insertions: 0,75$ la ligne agate
52 insertions: 0,50$ la ligne agate
Page arrière
Supplément de 0,05$ la ligne agate sur le tarif applicable.
Autres pages exigées
(Sur approbation seulement)
25% en plus sur le tarif applicable.

Réservations et heures de tombée
Aucune annulation, ni réservation, ne seront acceptées dans les 48 heures précédant la date de publication d'une annonce.
Pour tout travail de composition, le matériel doit parvenir trois (3) jours avant la date de publication.

Divers
L'éditeur se réserve le droit de hausser les présents tarifs, sans aucun préavis. L'annonceur aura le privilège de résilier son contrat, si cette hausse ne lui convient pas.
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats.
En cas d'erreur, la responsabilité de l'éditeur ne se limite qu'à la partie de l'annonce non conforme.
Toute erreur devra être signalée avant la deuxième publication.
L'annonceur accepte de ne pas tenir l'éditeur responsable de la non publication éventuelle de toute annonce, quelle qu'en soit la cause.
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.
Les annonces par commandes postales doivent être accompagnées d'un chèque visé ou d'un mandat postal.
Toute commande conditionnelle sera refusée.
Contrat accepté pour un maximum d'un an.

Carte de tarif local No 18 en vigueur le 15 septembre 1980, pour le Journal de Québec

Annonce courante
Tarif local (sans contrat): 1,25$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 200 lignes agate: 0,72$
2 400 lignes agate: 0,71$
3 600 lignes agate: 0,70$
4 800 lignes agate: 0,69$
6 000 lignes agate: 0,68$
8 400 lignes agate: 0,67$
10 800 lignes agate: 0,66$
14 600 lignes agate: 0,65$
18 000 lignes agate: 0,64$
31 200 lignes agate: 0,63$
39 600 lignes agate: 0,62$
62 400 lignes agate: 0,60$
124 800 lignes agate: 0,58$
249 600 lignes agate: 0,56$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 250$ de plus la page
Noir et 2 couleurs: 400$ de plus la page
Noir et 3 couleurs: 550$ de plus la page

Catégories particulières d'annonces
Les cahiers publicitaires sont acceptés pour tous les jours de publication. Un escompte de 0,04$ la ligne agate est accordé, sauf les mercredis et jeudis, pour les cahiers de 8 pages et plus (par groupe de 8 pages).
Nominations: 2,50$ la ligne agate
Annonces politiques (payables avant la parution): 1,25$ la ligne agate
Carrières et professions: 1,25$ la ligne agate
Finances: 1,25$ la ligne agate
Bars, brasseries, cabarets (payables avant la parution)
Moins de 1 200 lignes: 1,25$ la ligne agate
1 200 lignes et plus: 0,75$ la ligne agate
Cinéma, spectacles, loisirs
Moins de 1 200 lignes agate: 1,25$ la ligne agate
1 200 à 10 000 lignes agate: 0,70$ la ligne agate
10 000 lignes agate et plus: 0,65$ la ligne agate
Oreille (30 lignes x 1 colonne) ou bande (20 lignes x 6 colonnes) en première page
1 insertion: 2,50$ la ligne agate
13 insertions: 2,25$ la ligne agate
26 insertions: 2$ la ligne agate
52 insertions: 1,75$ la ligne agate
Encarts: tarifs disponibles sur demande

Page ou position spécifiées
Page arrière: 0,05$ de plus la ligne agate
Toute autre page exigée: 25% de plus (sur approbation seulement)

Réservations et heures de tombée
Mêmes conditions que le Journal de Québec au Saguenay-Lac-Saint-Jean

Divers
Mêmes conditions que le Journal de Québec au Saguenay-Lac-Saint-Jean

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
L-V: 102 486
S: 93 275

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Région adm.	%	*% cumulatif*
Québec	62.7	62.7
Saguenay-Lac-Saint-Jean	17.6	80.3
Côte-Nord	3.7	84.0
Bas-Saint-Laurent-Gaspésie	1.6	85.6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Québec (zone urbaine)	54.7

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
L-V: 0,3%
S: 0,4%

* À partir des données de la recension ABC du 22 et 25 mars 1980

60

LE NOUVELLISTE

ABC/ACEJQ/JTC

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1920, publié du lundi au samedi
Édité en français par Le Nouvelliste Ltée
500, Saint-Georges
Trois-Rivières
G9A 5J6
Téléphone: (819) 376-2501
Télex: 05-837-197
Ligne directe de Montréal: 861-5297
Grand format
Coût du numéro
L-V: 0,35$
S: 0,50$
Coût de l'abonnement
Par la poste
Canada: 110$/an; 60$/6 mois; 33$/3 mois; 15$/mois
Autres pays: 250$/an; 130$/6 mois; 70$/3 mois; 30$/mois

Personnel de direction
Président et directeur général: Charles d'Amour

INFORMATION
Agence de presse:
AFP, UPI, NTR, REUTER, PA
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Sylvio Saint-Amant
Directeur de la rédaction: J.-René Ferron
Responsable de l'information: Bernard Champoux

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Probec 5 Ltée
7, Saint-Jacques
Montréal
H2Y 1K9
Téléphone: (514) 285-7306

Personnel
Directeur de la publicité: Elphège Lebrun
Annonces nationales: Thérèse Brousseau

Tarifs publicitaires
Carte de tarif du Nouvelliste en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,80$ la ligne agate
Tarif combiné avec La Presse: 0,74$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 285$ en sus
Noir et 2 couleurs: 415$
Noir et 3 couleurs: 600$

Catégories particulières d'annonces

Catégorie d'annonce	Tarif Nouvelliste seul	Tarif combiné avec la Presse
Avis légaux, soumissions, appels d'offres	0,88$	0,82$
Politique	0,80$	0,74$
Nominations	1,26$	1,20$
Rapport financiers et avis de dividendes	0,88$	0,82$
Carrières et professions	0,88$	0,82$
Bandes dessinées, dans le bas de la page		
10 lignes de haut par 4 colonnes	0,80$	–
Annonces classées		
La page d'annonces classées comporte 9 colonnes		
La largeur de colonne est de 8,9 ems		
Annonce aux mots	0,88$	–
Annonces placard (Class. Disp)		
Minimum 25 lignes	0,88$	–
Service de location d'un casier	2$	–
Flexiforme, minimum 1 500 lignes	200$	—
Hi-Fi, accepté au tarif n/b	0,80$	0,74$

Encarts pré-imprimés, (encartés à la main)
Encarts pliés: grandeur maximum 1 200 lignes: tarifs sur demande (F.A.B. Trois-Rivières)
Téléprobec 5: Le guide de la télévision imprimé à l'offset, publié tous les samedis et distribué avec La Presse (Télé-Presse), La Tribune (Télé-Tribune), La Voix de l'Est (Télé-Voix-de-l'Est), Le Droit (Télé-Droit), et le Nouvelliste (Télé-Nouvelliste). Carte-tarifs et exigences techniques sur demande

Page ou position spécifiées
Page ou position garanties si disponibles: 75%
Page 3 (Maximum 300 lignes): 100%
Page 1 – tarif et grandeur sur demande
Oreilles – tarif et grandeur sur demande
Toute autre page intérieure spécifiée: 40%

Exigences minimales et maximales
Une colonne, 14 lignes; 2 colonnes, 20 lignes et 10 lignes supplémentaires pour chaque colonne en largeur.
Annonces de plus de 280 lignes de hauteur, facturées pour une colonne complète.

Réservations et heures de tombée
Heure de tombée du mardi au samedi, à midi, 2 jours avant publication.
Heure de tombée pour le lundi, vendredi midi précédent.

Précisions typographiques
Largeur d'une colonne: 10 picas ou 1⅝ po.
Hauteur d'une colonne: 300 lignes ou 21⅜ po.
Huit colonnes par page – 2 400 lignes
Espace de composition pleine page: 14¼ po. x 21⅜ po.
Trame simili requise – 65 points
Nous n'utilisons que des repros sur velox (papier photographique).
Le calibre de la trame doit être de 65 lignes au pouce, à points carrés.
Un minimum de cinq millièmes (.005) est requis dans le point des hautes lumières.
L'émulsion du film négatif doit être mate et du côté en contact avec la plaque.
Les largeurs et hauteurs du montage et de l'impression finies sont les mêmes.
Annonce en partie de page en noir et blanc, noir plus une couleur ou deux couleurs – repro photocomposée au format de l'imprimé
Annonce en partie de page en noir, plus trois couleurs. Planche du noir: repro photocomposée. Planche des couleurs au format: film photocomposé au format sur un négatif 20 x 24 et positionné dans le coin droit en bas.
Annonce d'une pleine page en noir et blanc, noir plus une, deux ou trois couleurs et produite au format imprimé planche du noir: film négatif photocomposé. Planches des couleurs films négatifs photocomposés.

Modalités de paiements
La facture est émise hebdomadairement et est payable sur réception. Le relevé de compte est posté à chaque fin de mois et le compte devient en souffrance 30 jours, après la date du premier relevé de compte; un intérêt de 1,75% mensuel (21% annuel) sera facturé sur tout compte en souffrance.
Aux agences de publicité reconnues par l'ACEJQ, l'éditeur accorde une commission de 15% et un escompte de 2% si payé le ou avant le 20 du mois suivant. Il n'y a pas de commission aux agences de publicité ni d'escompte de caisse pour les annonces de détail.
Les annonceurs à l'étranger sont priés de solder leurs comptes au taux du dollar canadien.

Divers
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter les tarifs publicitaires en tout temps après avis écrit, et tous les contrats sont acceptés sous cette réserve.
L'éditeur se réserve le droit d'annuler tout contrat, sans aucune charge, à la date où il rend effectifs de nouveaux tarifs.
La réclame au sujet de concours doit comprendre la publication des résultats.
L'éditeur, à titre de service à l'annonceur, traduira ses textes de l'anglais au français. Ces annonces traduites seront calculées de filet de séparation à filet de séparation et facturées en conséquence. (La traduction de l'anglais au français exige environ 10% de lignage additionnel).
L'annonceur convient que l'éditeur ne sera pas responsable des dommages résultant d'erreurs dans les annonces, au-delà du montant payé pour l'espace effectivement occupé par cette partie de l'annonce où l'erreur s'est produite, qu'une telle erreur soit due à la négligence de ses employés ou à toute autre cause. L'éditeur n'assumera aucune responsabilité pour la non-publication de toute annonce au-delà du montant payé pour telle annonce.
L'éditeur se réserve le droit de refuser les annonces qui lui sont livrées C.O.D. ou dont le paiement doit être fait à l'avance.
L'éditeur se réserve le droit d'insérer le mot « Annonce » au haut ou au bas de l'annonce.
Les rubriques régulières de nouvelles du journal ne sont pas permises dans les annonces.
L'annonce de boissons alcooliques est acceptée.
Les commandes contingentes ne sont pas acceptées.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
50 839

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Saint-Maurice	42,6	42,6
Champlain	40,7	83,3
Nicolet	7,2	90,5

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Trois-Rivières (zone urbaine)	46,1
Grand'Mère	5,5

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,1%

* À partir des données de la recension ABC du 31 mars 1980

70

LA PRESSE

ABC/ACEJQ/ANPA

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1884, publié du lundi au samedi
Édité en français par La Presse Ltée
7, Saint-Jacques
Montréal
H2Y 1K9
Téléphone: (514) 285-7272; Télex: 052-4110
Grand format
Coût du numéro
L-V: 0,25$
S: 0,75$; édition nationale: 0,85$
Coût de l'abonnement

Livraison à domicile	Édition régulière	Édition nationale
L-S	1,75$	2,10$
L-V	1,25$	1,50$
S	0,75$	0,85$

Canada	13 semaines	26 semaines	52 semaines
L-S	37$	74$	148$
L-V	24$	48$	96$
S	13$	26$	52$

États-Unis et pays étrangers	13 semaines	26 semaines	52 semaines
L-S	72,80$	145,60$	291,20$
L-V	52,00$	104,00$	208,00$
S	20,80$	41,60$	83,20$

Personnel de direction
Président et éditeur: Roger Lemelin
Vice-président exécutif et directeur général: Roger D. Landry
Éditeur adjoint: Jean Sisto

INFORMATION
Moment de tombée
22 h 30
Agence de presse:
AFP, Dow Jones, PC, REUTER, UPC, PA
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur de l'information: Yvon Dubois
Éditorialiste en chef: Marcel Adam

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Probec 5
7, Saint-Jacques
Montréal
H2Y 1K9
Téléphone: (514) 285-7306

Personnel
Responsable de la publicité:
Jean-Paul Jobin
Publicitaires nationaux:
Maurice Barbeau
Robert Allaire
Fernand Lacourse

Tarifs publicitaires
Carte No 50, en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif de base comprenant annonces de sports professionnels ou commercialisés et d'attraction ou spectacles.
Avis juridiques et de curatelle
Politique et élections
Tarif national
L-V: 2,25$ la ligne agate
S: 2,55$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Escompte de volume: non disponible
Escompte de fréquence: non disponible

Annonce couleur
Publicité en couleur (R.O.P.)
Minimum 600 lignes. Noir plus une couleur, disponible du lundi au samedi. Noir plus deux ou trois couleurs selon jours disponibles
Supplément pour couleurs:

Tarif de base	N/B + 1 coul	N/B + 2 coul	N/B + 3 coul
L-V	875$	1 025$	1 225$
S	1 025$	1 175$	1 375$

Catégories particulières d'annonces
Tarifs spéciaux

Nominations avec photos, en caractères de nouvelles générales	L-V: 5,45$	S: 5,75$
(Entête de colonne)	L-V: 6,00$	S: 6,35$
Pages financières	L-V: 2,50$	S: 2,75$
Hôtels et villégiatures	L-V: 2,00$	S: 2,15$
Oeuvres bénévoles et de charité (de caractère national)	L-V: 1,30$	S: 1,30$
Pages carrières et professions	L-V: 2,35$	S: 2,65$
Annonces-signature (Hookers)	L-V: 1,35$	S: 1,40$

Annonces-Oreilles
Espaces de 2½" de large par 14 lignes de hauteur
Position sur demande

1 fois, par insertion	L-V: 145$	S: 155$
13 fois, par insertion	L-V: 135$	S: 140$
26 fois, par insertion	L-V: 125$	S: 130$
52 fois, par insertion	L-V: 115$	S: 120$

Tarifs à la une sur demande
Flexiforme
Facturé pleine page, 2 790 lignes. Un escompte de 7% est accordé.
Le supplément pour la couleur s'applique.
Téléprobec 5
Le guide de la télévision, imprimé à l'offset, est publié tous les samedis et distribué avec La Presse, Le Nouvelliste, La Tribune, La Voix de l'Est et le Droit.
Noir et blanc, 1, 2 ou 3 couleurs
Carte de tarifs et exigences techniques fournies sur demande.
Hi-Fi-Pré-imprimé
Pleine page: tarif régulier
Moins qu'une pleine page, facturé au pro rata
Minimum de 1 200 lignes
Encarts pré-imprimés
Tarifs sur demande
Programme d'annonces thématiques: tarifs sur demande
Bandes dessinées
Section des nouvelles – 35 lignes de hauteur sur 6 colonnes de largeur, 70 lignes de hauteur sur 7 ou 9 colonnes de largeur. Tarifs de publicité noir et blanc. L'éditeur n'accorde pas de publicité sous forme de bandes dessinées à la page des bandes dessinées
Emplacement ordinaire bas de page
L-V: 2,25$
S: 2,55$
Section des bandes dessinées – « La Petite Presse »
Tarif général par ligne agate
Couleurs incluses: 2,55$

Page ou position spécifiées
Emplacement garanti (lorsque disponible)
Page 2, 75% additionnel – page composée sur 6 colonnes.
Page 3, 100% additionnel – page composée sur 6 colonnes.
Pages 5 et 6 et dessus de cahier, 75% additionnel – pages composées sur 6 colonnes.
Page éditoriale, pages « pleins feux » et dessus de cahier non disponibles les samedis.
Pages financières, 50% additionnel – pages composées sur 9 colonnes.
Toute autre page intérieure, 25% additionnel – pages composées sur 9 colonnes.
Les mercredis, cahier A – 25% additionnel – pages composées sur 9 colonnes.
Pages féminines, du lundi au samedi, 2 premières disponibles – 25% additionnel – pages composées sur 9 colonnes.
Les 2 premières pages du cahier des sports – 25% additionnel – pages composées sur 9 colonnes (mardi, mercredi, jeudi, samedi).
Toute publicité dans ces pages est sujette aux conditions prévues par les éditeurs. Renseignements sur demande.

Exigences minimales et maximales
Une colonne, 20 lignes; 2 colonnes, 20 lignes et 10 lignes supplémentaires pour chaque colonne en largeur. Les annonces de plus de 280 lignes de hauteur sont facturées pour une colonne complète, soit 310 lignes.
Pleine page
Pour les annonces composées sur 9 colonnes par 310 lignes de hauteur, un escompte de 7% est accordé.
Annonces de deux pleines pages sans séparation, acceptées et facturées pour 19 colonnes plus 100$, 28¼" de large sur 310 lignes et un escompte de 7% sera accordé sur 18 colonnes (noir et blanc). Pour une hauteur inférieure à 280 lignes, les annonces seront acceptées et facturées pour 19 colonnes plus 100$
Bannières – 20 lignes x 9 col. – lorsque disponible.
Emplacement négociable.

Réservations et heures de tombée
Tout le matériel publicitaire pour les annonces en noir et blanc doit parvenir au journal deux jours à l'avance.
Couleur
réservation et matériel
Noir/1 couleur: 3 jours
Noir/2 ou 3 couleurs: 4 jours
Annulation: 3 jours avant la date de publication
Matériel requis pour les annonces en couleurs 3 jeux d'épreuves progressives. Les velox ou négatifs doivent avoir au moins 2 marques de régistre.
Toute annonce couleur acceptée avec réserve. Publication selon possibilités techniques.

Précisions typographiques
Section « Noir et blanc »
Page de 9 colonnes

1 colonne	1⅜"
2 colonnes	2 15/16"
3 colonnes	4 7/16"
4 colonnes	6"
5 colonnes	7½"
6 colonnes	9 1/16"
7 colonnes	10⅝"
8 colonnes	Non disponible
9 colonnes	13¾"

Page de 6 colonnes
(pages: 2, 3, 5, 6 et dessus de cahiers)

1 colonne	2⅛"
2 colonnes	4 7/16"
3 colonnes	6 13/16"
4 colonnes	9 1/16"
5 colonnes	11 7/16"
6 colonnes	13¾"

Hauteur de colonne: 310 lignes agate
Page de 9 ou 6 colonnes
Espace de composition pleine page: 13¾" sur 22⅛"
(2 790 lignes agate)
Trame simili requise 65 points – gravure 7/10 000" requise dans les hautes lumières (High Light Dots)
Dessin original, velox, épreuves photocomposées, négatifs requis. Illustrations et texte composé doivent se présenter dans le mode noir et blanc; les clichés renversés, blanc sur noir, ne peuvent être utilisés.
Tout annonceur, désirant se prévaloir de nos facilités artistiques, absorbera les coûts selon les tarifs en vigueur
Tout matériel, non réclamé ou qui n'aura pas servi durant trois mois, sera détruit au gré des éditeurs
Les exigences techniques peuvent être modifiées sans avis préalable
Section bandes dessinées « La Petite Presse »
Format tabloïd:
10⅝ x 13½
190 lignes x 7 colonnes
Négatifs requis
Les annonces sont facturées d'après l'espace commandé ou utilisé, épaulement compris.

Modalités de paiements
La facture est émise hebdomadairement et est payable sur réception
Le relevé de compte est posté à chaque fin de mois et le compte devient en souffrance 30 jours après la date du premier relevé de compte; un intérêt de 1,75% mensuel (21%

annuel) sera facturé sur tout compte en souffrance.
Aux agences de publicité reconnues par l'A.C.E.J.Q. l'éditeur accorde une commission de 15% et un escompte de 2%, si payé, le ou avant le 20 du mois suivant. Il n'y a pas de commission aux agences de publicité, ni d'escompte de caisse pour les annonces de détail.
Les annonceurs à l'étranger sont priés de solder leurs comptes au taux courant du dollar canadien.

Divers
Les éditeurs de La Presse se réservent le droit de réviser leurs tarifs de publicité sur préavis écrit. Tous les contrats sont acceptés avec cette réserve. Dans ce cas, les annonceurs peuvent annuler leurs contrats sans aucune autre obligation et à n'importe quel moment à compter de la date de majoration des tarifs.
Advenant le cas où la publication de ce journal serait entravée d'une manière ou d'une autre en raison de conditions ne dépendant pas de la direction, les tarifs et l'espace stipulés, dans ledit contrat, ainsi que la grandeur, l'emplacement ou le nombre des annonces, seront tous sujets à révision ou aux règlements par les éditeurs, sans autre avis.
Dimanche et jours fériés:
La presse ne publie pas les dimanches et les jours fériés suivants:
Jour de l'An
Vendredi Saint
Reine Victoria
Saint-Jean-Baptiste
Confédération
Fête du Travail
Action de Grâces
Noël.
Si l'un de ces congés coïncide avec un samedi, l'édition augmentée du samedi est publiée le vendredi.

Les règlements généraux
Les éditeurs se réservent le droit de refuser, d'omettre ou de cesser la publication de toute annonce dans n'importe quelle édition, sans avis. Les contrats ne sont acceptés qu'à cette condition.
La publicité sous forme de concours reste sujette à l'approbation des éditeurs et l'annonceur doit s'engager à publier à ses frais les noms des gagnants, selon les tarifs en vigueur.

Erreurs dans les annonces
Si les éditeurs jugent que toute erreur commise dans une annonce diminue sérieusement sa valeur, elle sera corrigée sur demande et l'annonce insérée, à leurs frais, dans une édition suivante. L'annonceur ne pourra, cependant invoquer ce même privilège, si l'erreur est sans conséquence. Toute erreur doit être signalée aux éditeurs immédiatement après publication de l'annonce en question. Les éditeurs ne seront pas tenus responsables des dommages-intérêts résultant d'erreurs dans les annonces au-delà du montant payé par l'annonceur, pour la partie de l'annonce ou l'erreur s'est produite, que cette erreur soit imputable ou non à la négligence de leurs employés ou autrement. De plus, les éditeurs n'engagent pas leur responsabilité pour toute annonce omise, au-delà de la somme payée par l'annonceur pour cette annonce. Aucune compensation n'est accordée pour omission ou erreurs dans les numéros d'identification.

Pièces justificatives
L'annonceur ne sera pas justifié de retarder le paiement d'une annonce, parce qu'il n'aura pas reçu un exemplaire de La Presse dans lequel son annonce a paru. Les éditeurs se réservent le droit d'ajouter en haut ou en bas de toute annonce commerciale le mot « publicité ».
Il est entendu que les éditeurs peuvent changer l'emplacement d'une annonce ou de la supprimer dans toutes les éditions supplémentaires.
L'annonceur devra payer le coût de la composition et du montage de toute annonce faite dans nos ateliers et non publiée dans La Presse.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 31 décembre 1980
L-V: 185 003
S: 283 582

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Région adm.	%	*% cumulatif*
Montréal	83,5	83,5
Québec	1,5	85,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Montréal (zone urbaine)	84,1

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,4%

* À partir des données de la recension ABC du 22 et 25 mars 1980

80

LE QUOTIDIEN DU SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN

ABC/ACEJQ

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1973, publié du lundi au samedi
Édité en français par le Progrès du Saguenay Ltée
1051, boul. Talbot
Chicoutimi
G7H 4B5
Téléphone: (418) 545-4474
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement
Saguenay-Lac-Saint-Jean: 80$/an, 42,50$/6 mois, 22$/3 mois
Autres régions: 115$/an, 60$/6 mois
À l'extérieur du Canada: 105$/an, 80$/6 mois
Livraison par porteur: 1,65$/semaine

Personnel de direction
Président et éditeur: Jean-Guy Faucher
Président-directeur général: Gaston Vachon

INFORMATION

Moment de tombée
Tous les jours à 12 h
Agence de presse:
PC, UPI, AFP, REUTER
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Bertrand Tremblay
Directeur de la rédaction: Denis Tremblay
Directeur de l'information: Bertrand Genest
Chef des nouvelles: Marcel Rivard

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Robert Bissonnette
231, Saint-Jacques ouest, 10e étage
Montréal
H2Y 3M6
Téléphone: (514) 282-2101
282-2191

Personnel
Directeur des ventes: Jean Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte No 10 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,53$ la ligne agate

Annonce couleur
Le coût minimum est celui de 600 lignes. En cas d'annulation de commande, un avis doit nous parvenir trois (3) jours, avant la date de publication.
Noir et 1 couleur: 200$, en sus
Noir et 2 couleurs: 325$,
Noir et 3 couleurs: 425$.

Catégories particulières d'annonces
Communiqués et nominations (avec photo): 0,60$
Comptes-rendus d'assemblées d'actionnaires ou de directeurs, rapports de gestion (rapports annuels). Une telle annonce requiert un cadre de deux points: 0,60$
Campagnes nationales d'annonces d'oeuvres de charité: 0,30$
Flex-forme (max. 1 500 lignes, pas de minimum): tarif, plus 25%
Oreilles 2¼" x 1" (non-résiliable).
À la Une, minimum d'une insertion par semaine.
13 insertions: 38$ par insertion
26 insertions: 33$ par insertion
52 insertions: 28$ par insertion
Première page d'un cahier
13 insertions: 33$ par insertion
26 insertions et plus: 23$ par insertion
Bas de pages, hauteur 20 lignes, largeur 8 colonnes. (non-résiliable)
4 insertions: 80$ chacun
8 insertions: 75$ chacun
12 insertions: 70$ chacun
Bas de pages en page 3
4 insertions: 110$
8 insertions: 100$
12 insertions: 95$
Bandes illustrées

Annonces accompagnant les bandes illustrées quotidiennes: 40 lignes de hauteur, 4 col. de largeur, bas de pages: 0,53$
Supplément des bandes illustrées
Supplément, format régulier: il faut réserver l'espace désiré trois semaines avant la date de publication et fournir le matériel.
Noir et blanc: 0,53$
Aucune réclame de boissons alcoolisées et de tabacs n'est publiée dans ce supplément.
Annonces classées:
Taux minimum (non commissionnable): 3$
Encarts: encarts livrés en rouleaux imprimés d'un seul côté, Le Quotidien du Saguenay-Lac St-Jean: 1 000$
L'annonceur offrira un choix de trois jours quant à la date de publication. Si l'encart n'occupe pas la page entière, le prix en est de (par colonne): 140$
Minimum 700$. Les rouleaux utilisés seront de la largeur d'une page. Autres encarts: taux fournis sur demande.

Page ou position spécifiées
La page trois et couverture de cahier (espace restreint), 400 lignes: 0,60$ la ligne agate.

Exigences minimales et maximales
Espace minimal: 14 lignes agate sur 1 colonne.
Les annonces dépassant 175 lignes de hauteur doivent occuper la colonne entière de 200 lignes.
Annonce couleur – Le minimum requis est de 600 lignes.

Réservations et heures de tombée
Tout matériel publicitaire en noir et blanc, destiné aux éditions du mardi au vendredi inclusivement, doit parvenir avant 9 heures, le jour précédant la publication.
Pour les éditions du lundi et samedi, la matière publicitaire doit être livrée avant 16 heures le jeudi.
Aucune annulation ne sera acceptée après 10 heures, le jour précédant la publication.
Pour tout travail de composition, la matière devra parvenir aux ateliers trois (3) jours, avant la date de publication.
L'espace requis pour une annonce-couleur doit être réservé huit (8) jours à l'avance, le matériel publicitaire reçu, quatre (4) jours avant la date de publication, et tout avis d'annulation doit parvenir trois (3) jours, avant cette date.
Supplément des bandes illustrées – Le matériel doit parvenir trois (3) semaines avant la publication.
L'entente n'est pas résiliable.

Précisions typographiques
Mesures de la page de composition ou forme
Largeur de colonne: 8,4 picas
Hauteur de colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7
Section « Famille » du mercredi: grand format
La trame requise doit comporter de 65 à 85 points.
Épreuves de reproduction ou velox.
Couleurs: deux étapes trichromes doivent être fournies, avec au moins quatre signes de repérage à l'intérieur.
Deux « repros » ou négatifs, avec signes de repérage de chaque couleur, sont nécessaires.
Magazine de fin de semaine: voir carte des taux de « Perspectives ».
Supplément des bandes illustrées (format régulier)
Frais de montage (publicité en général) 0,02$ la ligne agate.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est accordée aux agences qui répondent aux normes de la ACEJQ.
Le paiement se fait au taux d'échange en cours au Canada.
La commission d'agence n'est accordée dans le cas des annonces classées que, lorsque le paiement accompagne la commande.
Les annonces montées par les services techniques, mais non publiées, seront facturées à l'annonceur, au prix coûtant.
Le fait que l'annonceur n'ait pas reçu d'exemplaires justificatifs n'est pas une raison suffisante pour retarder le paiement de l'annonce, au-delà de la période prévue pour bénéficier du rabais.

Divers
L'éditeur se réserve le droit de hausser les taux énumérés ci-haut, après un préavis écrit de soixante (60) jours. Par ailleurs, l'annonceur pourra résilier son contrat à l'occasion d'une telle hausse des prix.
Une annonce de concours ne sera publiée que si les résultats sont publiés également.
On n'assure pas la publication des numéros de code.
À titre de service, l'éditeur verra à la traduction de l'anglais au français de textes de réclame.
L'annonceur accepte que l'éditeur ne soit pas tenu responsable des dommages que le premier pourrait subir, à la suite de la publication d'annonces contenant des erreurs au-delà de la valeur de l'espace occupé par cette partie de l'annonce où l'erreur s'est glissée, qu'une telle erreur soit due à la négligence des employés de l'éditeur ou à toute autre cause.
L'éditeur n'apportera pas de corrections, si les erreurs sont minimes et n'affectent en rien la valeur globale de l'annonce.
Les erreurs doivent nous être signalées avant la deuxième publication.
L'éditeur se réserve le droit d'indiquer au haut ou au bas d'une réclame, qu'il s'agit bien d'une annonce.
L'éditeur se réserve le droit de refuser la publication de toute annonce qui, à son avis, serait préjudiciable aux lecteurs du journal.
Une rubrique régulière du journal ne peut être insérée dans le cadre d'une annonce.
Les annonces de boissons alcoolisées sont acceptables.
Toute commande conditionnelle est inacceptable.
L'éditeur n'assume aucune responsabilité pour la publication de vignettes et de flans contenant des erreurs, à moins que la commande ne soit accompagnée de textes ou d'épreuves de lecture facile.
Toute commande ou annulation, formulée au téléphone, doit être confirmée par écrit.
L'espace réel d'une annonce est délimité par la bordure qui entoure celle-ci et la sépare des autres annonces ou de la matière rédactionnelle.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
21 269

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% cumulatif
Chicoutimi	68,6	68,6
Lac-Saint-Jean-Est	16,9	85,5

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Chicoutimi	32,0
Jonquière	23,2
Alma	11,0
La Baie	7,8

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,1%

* À partir des données de la recension ABC du 26 mars 1980

90

THE RECORD

ABC/ACEJQ

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1897, publié du lundi au vendredi
Édité en anglais par Townships Communications Inc.
(Communications des Cantons Inc.)
2520, Roy
Sherbrooke
J1K 1C1
Téléphone: (819) 569-9525
C.P. 1200
Sherbrooke
J1H 5L6
Grand format
Coût du numéro: L-J: 0,25$
V: 0,30$
Coût de l'abonnement
Par porteur à domicile: 52$/an; 1$/sem
Par courrier au Canada:
39$/an; 22$/6 mois; 15$/3 mois; 9$/mois
États-Unis et autres pays:
70$/an; 40$/6 mois; 25$/3 mois

Personnel de direction
Éditeur: Georges MacLaren

INFORMATION
Moment de tombée
9 h 15
Agence de presse:
PC
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information:
James Duff

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: John Bayley

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,31$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
5 000 à 10 000 lignes: 0,23$ la ligne agate
10 000 à 15 000 lignes: 0,22$ la ligne agate
15 000 à 30 000 lignes: 0,20$ la ligne agate
30 000 à 50 000 lignes: 0,19$ la ligne agate
50 000 à 100 000 lignes: 0,18$ la ligne agate
100 000 à 150 000 lignes: 0,16$ la ligne agate
150 000 à 200 000 lignes: 0,15$ la ligne agate
200 000 lignes et plus: 0,13$ la ligne agate
Les annonces de groupe sont celles qui sont faites au nom de deux ou plusieurs débits identifiés, soit par les raisons sociales respectives, soit par une raison sociale d'association.

Annonce couleur
Minimum de 600 lignes.
Selon la disponibilité: rouge, vert, bleu:
105$ pour une couleur additionnelle.
155$ pour deux couleurs additionnelles.
195$ pour trois couleurs additionnelles.

Catégories particulières d'annonces
Annonces politiques: (payé à l'avance): 0,28$ la ligne agate
État financiers: (payé à l'avance): 0,28$ la ligne agate
Annonces genre nouvelle: simulant la nouvelle, annonce composée en caractères pour une lecture facile, en-tête différent des en-têtes de nouvelles habituelles, identifiées par l'abréviation « adv » au bas ou sous un double filet; annonces placées dans une position semblable à celle d'une nouvelle; minimum de 28 lignes agate en colonnes simples – double tarif.
Annonces mensuelles: « R.O.P. » (aucune position garantie) texte non modifié durant le mois la ligne agate, par mois: 4$
Oreilles au mois: disponibles, mais à la discrétion de l'éditeur en vue de sauvegarder l'apparence de la page concernée.

Page ou position spécifiées
Annonce préférentielle (avec marge et/ou texte de rédaction aux 3 côtés) – Surcharge de 50%.
Position garantie: 0,08$ la ligne agate.

Exigences minimales et maximales
Hauteur minimale: 10 lignes agate par largeur de colonne.
Tarif minimal: pour tout genre d'annonce commerciale: 10$
Les tarifs pour le cadre général et les annonces de chaîne et de groupe (tarifs de contrats à la ligne) ne s'appliquent pas aux classifications suivantes, ni aux classifications comprises sur la carte des tarifs d'annonces classées.

Réservations et heures de tombée
Midi, deux jours avant la date de parution.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 10 picas (en calculant en pouces, ne pas excéder 1 11/16 pouce par colonne).
Hauteur d'une colonne: 300 lignes (21⅜ pouces)
1 page (14 pouces): 8 colonnes.
Une page renferme 2 400 lignes agate.
Filets 6 points séparant les colonnes.
Trames à demi-ton exigées: 80 à 100
Épreuves de reproductions (repros) ou des négatifs.
Numéros spéciaux (format tabloïd): largeur de 6 colonnes (9½ picas par colonne) sur 14 pouces.

Divers
L'éditeur ne garantit pas l'insertion d'une annonce particulière à une date déterminée, quoique l'on fait tout ce qui est possible en vue de répondre aux désirs du client. De plus, l'éditeur n'accepte pas la responsabilité de la perte ou du préjudice causés par une erreur ou une inexactitude dans la publication d'une annonce dépassant la somme déboursée pour l'espace utilisé dans cette partie de l'annonce où se trouve l'erreur.
L'éditeur se réserve le droit, de majorer les tarifs n'importe quand après qu'un avis écrit ait été donné 60 jours d'avance.
Tous les contrats sont acceptés avec cette condition. L'annonceur se réserve le droit d'annuler son contrat n'importe quand, après que l'éditeur ait mis en vigueur les tarifs majorés.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
7 589

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Région administrative	**%**	**% *cumulatif***
Cantons-de-l'Est	71,8	71,8
Montréal	19,0	90,8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	**%**
Sherbrooke (zone urbaine)	30,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
6,1%

* À partir des données de la recension ABC du 31 mars 1980

100

LE SOLEIL

ABC/ACEJQ/BCQ

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1896, publié du lundi au samedi
Édité en français par Le Soleil Ltée
390, Saint-Vallier est
Québec
G1K 7J6
Téléphone: (418) 647-3270; Télex: 051-3755
Grand format
Coût du numéro
L-V: 0,30$ à Québec
0,50$ Gaspé, Percé, Abitibi
S: 0,65$ à Québec
0,75$ Gaspé, Percé, Abitibi
À domicile (6 jours): 1,85$
Coût de l'abonnement: 78$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jacques G. Francoeur
Président-directeur général:
Paul A. Audet

INFORMATION
Agence de presse:
PC
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Claude Masson
Directeur de l'éditorial: Marcel Pépin

PUBLICITÉ
Personnel
Gérant de la publicité générale:
Léopold Béchette
Conseiller publicitaire: François Prémont

Tarifs publicitaires
Carte No 19 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national:
1,55$ la ligne agate (lundi au vendredi)
Tarif national:
1,60$ la ligne agate (samedi)

Annonce couleur
Tous les jours
Noir et 1 couleur: 580$ en sus du tarif d'une annonce courante
Noir et 2 couleurs: 750$
Noir et 3 couleurs: 970$
Le coût minimum est celui de 600 lignes. Maximum 2 700 lignes dans une même page. En cas d'annulation de commande, un avis doit parvenir trois (3) jours avant la date de publication.

Catégories particulières d'annonces
Annonces sous forme de nouvelle: 2,75$
Ces annonces doivent avoir un cadre de deux points et le mot « Annonce » doit apparaître au haut.
Communiqués et nominations (avec photo): 2,75$
Campagnes nationales d'annonces d'oeuvres de charité (non commissionnable): L-V: 0,85$; S: 0,90$.
Oreilles 2¼" x 1"-5,7 cm x 2,5 cm (non résiliable) minimum d'une insertion par semaine.
À la Une.
13 insertions: 130$ l'insertion
26 insertions: 110$ l'insertion
52 insertions: 105$ l'insertion
Première page d'un cahier
13 insertions: 100$ l'insertion
26 insertions: 95$ l'insertion
52 insertions: 90$ l'insertion
Horaire TV
13 insertions: 65$ l'insertion
26 insertions: 60$ l'insertion
52 insertions: 55$ l'insertion
Bas de pages, hauteur 25 lignes, largeur 9 colonnes
(non résiliable).
1 insertion : 415$ l'insertion
4 insertions: 405$ l'insertion
8 insertions: 395$ l'insertion
12 insertions: 380$ l'insertion

En page 3, couverture de cahier, (sauf première page)
1 insertion : 495$ l'insertion
4 insertions: 485$ l'insertion
8 insertions: 475$ l'insertion
12 insertions: 460$ l'insertion
Première page du journal, hauteur 20 lignes, largeur 9 colonnes
1 insertion L-V: 750$ l'insertion
1 insertion S: 800$ l'insertion
6 insertions L-V: 700$ l'insertion
6 insertions S: 750$ l'insertion
13 insertions L-V: 675$ l'insertion
13 insertions S: 725$ l'insertion
26 insertions L-V: 650$ l'insertion
26 insertions S: 700$ l'insertion
39 insertions L-V: 625$ l'insertion
39 insertions S: 675$ l'insertion
52 insertions L-V: 600$ l'insertion
52 insertions S: 650$ l'insertion
Cahier « Crayons de Soleil »
(Bandes illustrées)
Noir et blanc: 1,70$ ligne agate
Noir et 1 couleur: supplément de 580$
Noir et 2 couleurs: supplément de 750$
Noir et 3 couleurs: supplément de 970$
Annonce format vertical minimal: 190 lignes par 3 colonnes
Annonce format horizontal minimal: 70 lignes par 7 colonnes
Les annonces dépassant 160 lignes de hauteur doivent occuper la colonne entière de 190 lignes.
Cahier format tabloïd accompagnant notre édition du vendredi.
Aucune réclame de boissons alcoolisées et de tabacs est acceptée dans ce cahier.
Bandes illustrées: annonces accompagnant les bandes illustrées quotidiennes L-V: 1,65$; S: 1,70$
40 lignes de hauteur, 4 colonnes de largeur, bas de page.
Annonces classées: L-V: 1,55$; S: 1,60$
Flex-forme: (maximum 1 700 lignes) L-V: 2 900$; S: 3 000$.
(Sujet à approbation par l'éditeur)
Encarts: encarts Hi-Fi livrés en rouleaux imprimés d'un seul côté. Pleine page: 3 465$
Si l'encart n'occupe pas la page entière, 415$ par colonne
minimum de 2 075$
L'annonceur offrira un choix de trois jours quant à la date de publication.
Les rouleaux utilisés seront de la largeur d'une page.
« Spectacolor » pas disponible
Autres encarts: taux fournis sur demande.

Page ou position spécifiées
La page trois (3), couverture et dos de cahier (espace restreint): L-V: 1,75$; S: 1,80$
Autres pages ou positions spécifiées: L-V: 1,65$; S: 1,70$

Exigences minimales et maximales
Espace minimal: 20 lignes agate sur 1 colonne; pour plus de 1 colonne, 10 lignes agate de hauteur pour chaque colonne de largeur.
Les annonces dépassant 270 lignes de hauteur doivent occuper la colonne entière de 300 lignes.
Annonce-couleur: le minimum requis est de 600 lignes.
Page double:
190 x 19 ou 34,5 cm x 19
220 x 17 ou 39,9 cm x 17
260 x 15 ou 47,2 cm x 15
300 x 13 ou 54,4 cm x 13

Réservations et heures de tombée
Tout matériel publicitaire en noir et blanc, destiné aux éditions du mardi au vendredi inclusivement, doit parvenir, avant 16 heures, 3 jours précédant la publication.
Pour l'édition du lundi, la matière publicitaire doit être livrée avant 12 heures le jeudi.
Aucune annulation ne sera acceptée après 10 heures le jour précédant la publication.
Pour tout travail de composition, la matière devra parvenir aux ateliers quatre (4) jours avant la date de publication.
L'espace requis pour une annonce couleur doit être réservé quatre (4) jours à l'avance, le matériel publicitaire reçu trois (3) jours avant la date de publication et tout avis d'annulation doit parvenir quatre (4) jours avant cette date.
Cahier « Crayons de Soleil »: le matériel doit parvenir dix (10) jours ouvrables, avant la date de publication.
L'entente n'est pas résiliable.

Précisions typographiques

Colonnes	Ems	Pouces	Centimètres
1	8,4	1⅜	3,515
2	17,8	2 15/16	7,459
3	27,0	4½	11,430
4	36,4	6	15,240
5	45,8	7 9/16	19,207
6	55,0	9⅛	23,177
7	64,4	10 1/16	27,144
8	73,8	12¼	31,115
9	83,0	13¾	34,925
Pages doubles (largeur totale)	170,6	28½	72,390

Hauteur de la page: 300 lignes agate
Impression « Letterpress »
Le Soleil est fabriqué à 100% par le système de photocomposition et utilise les plaques Lettreflex au polymère pour l'impression.
Noir et blanc: velox tramés (photocomposition) au format de la page imprimée.
Noir plus une, deux ou trois couleurs (spot color): Velox tramés (photocomposition) au format de la page imprimée.
Quadrichrome: Process
Négatifs (photocomposition) des couleurs au format de la page imprimée.
Pour annonce partielle:
L'annonce devra être placée à l'angle inférieur droit du film 20" x 24" (50,8 x 61 cm). Points de repère, hors de l'annonce.
Pour le noir, épreuve de reproduction au format de la page imprimée.
Trame 65 points
Minimum de 0,0055 mm de diamètre du point dans les zones légères pour les velox tramés.
Diamètre minimum de 0,005 mm pour les films photocomposition.
Cahier « Crayons de Soleil ». Mêmes exigences que le journal régulier.
Reprise de page (Replating). Disponible tous les jours, excepté le samedi. Heure limite: 3 jours avant publication.
Renseignements sur demande.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est accordée aux agences qui répondent aux normes de l'A.C.E.J.Q., plus un rabais de 2%, si le paiement est effectué le vingtième (20e) jour du mois suivant la publication de l'annonce.
Le paiement se fait au taux du change en cours au Canada.
La commision d'agence n'est accordée dans le cas des annonces classées, que lorsque le paiement accompagne la commande.
Les annonces montées et non publiées seront facturées selon leur coût de composition et de montage.

Divers
L'éditeur se réserve le droit de hausser les taux énumérés ci-haut après un préavis écrit de soixante (60) jours. Par ailleurs, l'annonceur pourra résilier son contrat à l'occasion d'une telle hausse des prix.
Une annonce de concours ne sera publiée que si les résultats sont publiés également.
On n'assure pas la publication des numéros de code.
À titre de service, l'éditeur verra à la traduction de l'anglais au français de textes de réclame.
Tarif 0,04$ la ligne agate.
L'annonceur accepte que l'éditeur ne soit pas tenu responsable des dommages que le premier pourrait subir, à la suite de la publication d'annonces contenant des erreurs au-delà de la valeur de l'espace occupé, par cette partie de l'annonce où l'erreur s'est glissée, qu'une telle erreur soit due à la négligence des employés de l'éditeur ou à toute autre cause.
L'éditeur n'apportera pas de corrections si les erreurs sont minimes et n'affectent en rien la valeur globale de l'annonce.
Les erreurs doivent être signalées avant la deuxième publication.
L'éditeur se réserve le droit d'indiquer au haut ou au bas d'une réclame qu'il s'agit bien d'une annonce.
L'éditeur se réserve le droit de refuser la publication de toute annonce qui, à son avis, serait préjudiciable aux lecteurs du journal.
Une rubrique régulière du journal ne peut être insérée dans le cadre d'une annonce.
Photos, communiqués et nominations sont considérés comme annonces sous forme de nouvelle.
Les annonces de boissons alcoolisées sont acceptables.
Toute commande conditionnelle est inacceptable.
Annonces par commandes postales: commandes C O D seulement.
Le Soleil est membre de l'Audit Bureau of Circulations, de l'Association canadienne des éditeurs de quotidiens et du Bureau de commercialisation des quotidiens.
L'éditeur n'assume aucune responsabilité pour la publication de montages contenant des erreurs, à moins que la commande ne soit accompagnée de textes ou d'épreuves de lecture facile.
Toute commande ou annulation formulée au téléphone doit être confirmée par écrit.
L'espace réel d'une annonce est délimité par la bordure qui entoure celle-ci et la sépare des autres annonces ou de la matière rédactionnelle.
Le fait que l'annonceur n'ait pas reçu d'exemplaires justificatifs n'est pas une raison suffisante pour retarder le paiement de l'annonce au-delà de la période prévue pour bénéficier du rabais.
Numéros de départements: 7$ par commande.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 31 décembre 1980
L-V: 129 837; S: 138 746

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Région administrative	%	% cumulatif
Québec	77,9	77,9
Côte-Nord	3,4	81,3
Bas-Saint-Laurent-Gaspésie	2,7	84,0
Cantons-de-l'Est	1,7	85,7

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Québec (zone urbaine)	59,6

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,5%

* À partir des données de la recension ABC du 28 mars 1980

110

LA TRIBUNE

ABC/AQQ/AQC/ACEJQ

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1910, publié du lundi au samedi
Édité en français par La Tribune Ltée
1950, Roy
Sherbrooke
J1K 2X8
Téléphone: (819) 569-9201
Grand format
Coût du numéro
L-V: 0,30$
S: 0,50$
Coût de l'abonnement
Territoire immédiat
90$/an; 60$/6 mois; 36$/3 mois; 15$/mois
Ailleurs au Canada et aux États-Unis:
150$/an; 90$/6 mois, 60$/3 mois; 25$/mois
Autres pays et Europe: 150$/an

Personnel de direction
Éditeur, président et directeur général:
Yvon Dubé

INFORMATION
Moment de tombée
22 h 30
Agence de presse: PC, PA, REUTER, AFP
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Jean Vigneault
Directeur de l'information: Serge Gosselin
Chef des nouvelles: Christian Bellavance

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Probec 5
7, Saint-Jacques
Montréal
H2Y 1K9
Téléphone: (514) 285-7306

Personnel
Directeur de la publicité: François Vaillancourt

Tarifs publicitaires
Carte No 44 de La Tribune en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,77$ la ligne agate
Tarif combiné avec La Presse: 0,71$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 285$
Noir et 2 couleurs: 415$
Noir et 3 couleurs: 600$
en sus du tarif d'une annonce courante
(Tarif combiné avec La Presse escompte de 5%)
(N'importe quel jour 3 ou 4 couleurs)
(Le mercredi après entente spéciale)

Catégories particulières d'annonces

Catégorie d'annonce	Tarif de la Tribune seul	Tarif combiné avec la Presse
Avis publics et légaux, appels d'offres, largeur par colonne 8.0 ems picas	0.87$	0.81$
Annonce politique et électorale	0.77$	0.71$
Rapports financiers genre placard	0.84$	0.78$
Nominations avec photos, genre nouvelles, page financière	1.21$	1.16$
Haut de page garantie	1.70$	1.63$
Encans, largeur par colonne 8.0 ems picas	0.79$	–
Carrières et professions	0.83$	0.77$
Oeuvres bénévoles et de charité (non commissionnable)	0.45$	–
La page double est acceptée		
Tarif régulier plus	475$	–
Annonces classées		
La page d'annonces classées est sur 10 colonnes		
La largeur de la colonne est de 8.0 ems picas		
La ligne agate	0.73$	–
Coût minimum	4.40$	–
Annonce placard (Class. disp.) avec bordure	0.77$	–
Service de location d'un casier	5$	–
Flexiforme (minimum 1 500 lignes)	200$	–

Le supplément pour la couleur s'applique
Spectacolor pas disponible
Ces annonces seront publiées dans les pages appropriées, sans frais additionnels
Encarts imprimés à l'avance et fournis en rouleau.
Des rouleaux de largeur d'une page doivent être utilisés.
Tarif régulier, choix de trois jours requis.
Encarts à la main format tabloïd. Acceptés par ordre de priorité (aucun encart le mercredi).

2 pages ou moins	41$ par M
4 pages	44$ par M
6 pages	47$ par M
8 pages	51$ par M
10 pages	56$ par M
12 pages	61$ par M
14 à 22 pages inc.	66$ par M
24 à 34 pages inc.	71$ par M
36 à 46 pages inc.	76$ par M
48 à 58 pages inc.	81$ par M

Le matériel doit être expédié F.A.B. Sherbrooke. Pour les encarts du samedi, le matériel doit parvenir le lundi précédant la date de distribution. Pour les encarts acceptés pour distribution sur semaine, le matériel doit parvenir avant 9 h, l'avant-veille de la date de distribution. Chaque encart doit porter l'annotation suivante: « Supplément publicitaire de La Tribune, le ... »
Téléprobec 5
Le guide de la télévision imprimé à l'offset, publié tous les samedis et distribué avec La Presse (télé-Presse), La Tribune (télé-Tribune), La Voix de l'Est (télé-Voix de l'Est), Le Droit (télé-Droit) et Le Nouvelliste (télé-Nouvelliste). Carte-tarifs et exigences techniques sur demande.

Page ou position spécifiées
Haut de page garantie 1,70$ la ligne agate
Page spécifique, si disponible 40%
Page 2: 75%
Page 3: 100%
Page 5, 6 et dessus de cahier (minimum de 750 lignes): 75%
Page 1, bas de page, 20 lignes x 9 colonnes, lorsque disponible.
Noir et blanc, par ligne agate: 2,50$
Noir et couleur ROP par ligne agate: 3,00$

Exigences minimales et maximales
Espace minimum – 14 lignes agate pour une colonne; 10 lignes agate pour chaque colonne de largeur.
Annonces excédant 280 lignes doivent compter toute la hauteur de la colonne et seront chargées à 300 lignes.

Réservations et heures de tombée
Tout matériel d'annonce en noir et blanc doit parvenir avant 9 h trois jours avant la publication. Réservations de couleurs 8 jours avant publication. Le matériel, avec épreuve portant point de repère: 4 jours ouvrables avant publication.

Précisions typographiques
Mesures techniques: mesures avant procédés typographiques: pages de composition ou forme de 13¾" de largeur sur 21⅜" (300 lignes agate) de longueur, 9 colonnes à la page.
Colonne simple de 1⅜" ou 8.4 ems picas de largeur.
Les encans et avis: 8.0 ems picas.
La page double: 170.6 ems picas, 28¼" de largeur.
L'éditeur peut utiliser velox, repros ou films pour impression à l'offset.
Trame 85 pour clichés.
Couleurs – Deux épreuves trichromes doivent être fournies avec au moins quatre signes de repérage à l'intérieur. Deux « repros » ou vélox avec signes de repérage de chaque couleur sont nécessaires.
Annonces en couleur acceptée par ordre de priorité.

Modalités de paiements
La facture est émise hebdomadairement et est payable sur réception. Le relevé de compte est posté à chaque fin de mois et le compte devient en souffrance 30 jours après la date du premier relevé de compte; un intérêt de 1,75% mensuel (21% annuel) sera facturé sur tout compte en souffrance.
Aux agences de publicité reconnues par l'A.C.E.J.Q., l'éditeur accorde une commission de 15% et un escompte de 2%, si payé le ou avant le 20 du mois suivant. Il n'y a pas de commission aux agences de publicité ni d'escompte de caisse pour les annonces de détail.
Les annonceurs à l'étranger sont priés de solder leurs comptes au taux courant du dollar canadien.

Divers
Les annonces montées, mais non utilisées, seront facturées à moitié du tarif.
L'éditeur n'assume aucune responsabilité pour publication de matériel inexact, à moins que la commande ne soit accompagnée de textes ou d'épreuves d'identification facile.
Toute commande ou annulation par téléphone doit être confirmée par écrit.
La non-réception de copies justificatives contenant des annonces ne sera pas considérée comme une raison suffisante de retarder le paiement, au-delà de la date limite pour le rabais.
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter les tarifs publicitaires, en tout temps, après avis écrit, et tous les contrats sont acceptés sous cette réserve.
La réclame au sujet de concours doit comprendre la publication des résultats.
L'impression de numéros de code n'est pas garantie.
Toutes les annonces sont calculées de filet de séparation à filet de séparation, sans toutefois excéder l'espace réservé.
L'éditeur, à titre de service à l'annonceur, traduira ses textes de l'anglais au français. Ces annonces traduites seront calculées de filet de séparation à filet de séparation et facturées en conséquence.
La traduction de l'anglais au français exige environ 10% de lignage additionnel.
L'annonceur convient que l'éditeur ne sera pas responsable des dommages résultant d'erreurs dans les annonces, au-delà du montant payé pour l'espace effectivement occupé par cette partie de l'annonce où l'erreur s'est produite, qu'une telle erreur soit due à la négligence de ses employés ou à toute autre cause. L'éditeur n'assumera aucune responsabilité pour la non publication de toute annonce au-delà du montant payé pour telle annonce.
Erreurs dans les annonces: des reprises d'annonces ne seront pas accordées dans le cas d'erreurs minimes qui ne diminuent pas la valeur d'ensemble de l'annonce. L'avis d'erreur doit parvenir avant la deuxième insertion.
L'éditeur se réserve le droit d'insérer le mot « Annonce » au haut ou au bas de l'annonce.
L'éditeur se réserve le droit de refuser la publication de toute annonce qui, à son avis, serait préjudiciable aux lecteurs du journal.
Les rubriques régulières des nouvelles illustrées ou photos de nominations sont considérées comme matière de lecture.
Le lignage des annonces est facturé depuis le filet de séparation.
L'annonce de boissons alcooliques est acceptée.
Les commandes contingentes ne sont pas acceptées.
Membre de l'Audit Bureau of Circulation, de l'Association Canadienne des éditeurs de quotidiens, de Newspaper Advertising Executive Association, American Newspaper Publishers Association, Les Quotidiens du Québec, Inc., le Bureau de Commercialisation des Quotidiens, Inc., et Association of Classified Advertising Managers.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 26 semaines se terminant le 30 septembre 1980
L-V: 41 056; S: 43 824

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Région administrative	**%**	**% *cumulatif***
Cantons-de-l'Est	75,1	75,1
Trois-Rivières	6,6	81,7
Québec	5,5	87,2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	**%**
Sherbrooke (zone urbaine)	48,6

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
L-V: 0,6%
S: 0,6%

* À partir des données de la recension ABC du 26 et 29 mars 1980

120

LA VOIX DE L'EST

ABC/ACEJQ/ACQ

IDENTIFICATION
Quotidien établi en 1935, publié du lundi au samedi
Édité en français par La Voix de l'Est Ltée
136, Principale
Granby
J2G 2V4
Téléphone: (514) 372-5433
Grand format
Coût du numéro
L-V: 0,25$
S: 0,50$
Coût de l'abonnement
Livraison à domicile: 1,75$/semaine
Dans la région immédiate: 75$/an
Par la poste:
Canada: 70$/an; 36$/6 mois; 18$/3 mois; 6$/mois
Autres pays: 125$/an; 65$/6 mois; 35$/3 mois; 12$/mois

Personnel de direction
Éditeur et président: Alain Guilbert

INFORMATION
Moment de tombée
22 h chaque jour
Agence de presse:
PC, AFP, PA
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur de la rédaction: Alain Dionne
Chef éditorialiste: Valère Audy

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Probec 5
7, Saint-Jacques
Montréal
H2Y 1K9
Téléphone: (514) 285-7306

Personnel
Directeur de la publicité: Gilles Gagnon

Tarifs publicitaires
Carte de tarif national No 30 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,47$ la ligne agate
Tarif combiné avec La Presse: 0,43$ la ligne agate
Volume par contrat: non disponible

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 190$
Noir et 2 couleurs: 275$
Noir et 3 couleurs: 350$
en sus du tarif d'une annonce courante
Minimum 600 lignes. Toutes les couleurs standard.
Les marques de registre sont nécessaires.

Catégories particulières d'annonces
Avis publics et légaux, avis de dividendes, états et rapports annuels, prospectus: 0,52$
Carrières et professions: 0,52$
Annonces politiques et électorales: 0,47$
Nominations avec photo: 0,59$
(Entête de colonne): 0,78$
Annonces « Bandes dessinées »
35 lignes de hauteur, 4 à 8 colonnes de largeur
Position au bas de la page: 0,52$
Annonces classées
Annonces placard, tarif régulier: 0,47$
Case (par jour): 1$
Flexiforme (minimum) 1 500 lignes: 125$ en sus du tarif d'une annonce courante
Encarts imprimés à l'avance et fournis en rouleau
L'éditeur accepte les encarts imprimés à l'avance et fournis en rouleau au tarif d'un noir et blanc.
Encarts (pré-imprimés) minimum: 41$ du M
Téléprobec 5
Le guide de la télévision imprimé à l'offset, publié tous les samedis et distribué avec La Presse (télé-Presse), La Tribune (télé-Tribune), La Voix de l'Est (télé-Voix de l'Est), Le Droit (télé-Droit), et Le Nouvelliste (télé-Nouvelliste). Carte-tarif et exigences techniques sur demande.

Page ou position spécifiées
Position garantie, page spécifique, si disponible: 40%

Exigences minimales et maximales
Espace minimum 14 lignes agate pour une colonne, 10 lignes agate pour chaque colonne de largeur. Les annonces excédant 280 lignes doivent compter toute la hauteur de la colonne et seront chargés à 300 lignes.

Réservations et heures de tombée
Tout matériel pour annonce en couleurs doit parvenir 5 jours avant publication.
Annonces en noir et blanc: 4 jours avant publication.

Précisions typographiques
Mesures avant procédés typographiques: page de composition ou forme de 13¾" de lar-

geur sur 21½" (300 lignes agate) de longueur, 8 colonnes à la page.
Colonne simple de 1⅜" ou 8,4 ems de largeur.
La page double: 170,6 ems; 28½" de largeur.
L'éditeur peut utiliser velox, repros ou films pour impression à l'offset. Trame 85 pour clichés.
Couleurs – Deux épreuves trichromes doivent être fournies, avec au moins quatre signes de repérage, à l'intérieur.
Deux « repros » ou velox avec signes de repérage de chaque couleur sont nécessaires.
Annonce en couleur acceptée par ordre de priorité.

Modalités de paiements
La facture est émise hebdomadairement et est payable sur réception.
Le relevé de compte est posté à chaque fin de mois et le compte devient en souffrance 30 jours, après la date du premier relevé de compte. Un intérêt de 1,75% mensuel (21% annuel) sera facturé sur tout compte en souffrance.
Aux agences de publicité reconnues par l'A.C.E.J.Q., l'éditeur accorde une commission de 15% et un escompte de 2%, si payé le ou avant le 20 du mois suivant. Il n'y a pas de commission aux agences de publicité ni d'escompte de caisse pour les annonces de détail.
Les annonceurs à l'étranger sont priés de solder leurs comptes au taux courant du dollar canadien.

Divers
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter les tarifs publicitaires en tout temps, suite à un avis écrit. Ceci s'applique à tous les contrats.
L'éditeur se réserve le droit de refuser, d'omettre ou de cesser la publication de toute annonce dans n'importe quelle édition sans avis. Les contrats ne sont acceptés qu'à cette condition.
Tarifs combinés avec La Presse: disponibles sur demande.
Faire parvenir toutes les commandes d'insertions à:
Probec 5 Ltée
7, Saint-Jacques
Montréal
H2Y 1K9

Carte de tarif détail en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif local: 0,25$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Contrat: espace à être employé par l'annonceur pour la période d'un an à compter de la date de la signature du contrat.
Pas de contrat en dessous de 5 000 lignes

5 000 à 9 999 lignes	0.24$	la ligne agate
10 000 à 24 999	0.235$	la ligne agate
25 000 à 49 999	0.23$	la ligne agate
50 000 à 99 999	0.22$	la ligne agate
100 000 à 249 999	0.215$	la ligne agate
250 000 à 499 999	0.21$	la ligne agate
500 000 et plus	0.205$	la ligne agate
Association à but non lucratif	0.20$	la ligne agate

Contrat de 25 pages pleines et plus: réduction de 10%

Annonce couleur
Minimum 600 lignes agate
Noir et 1 couleur: 82,50$
Noir et 2 couleurs: 165$
Noir et 3 couleurs: 247,50$
en sus du tarif d'une annonce courante
Gutter (vrai spread) 150$

Catégories particulières d'annonces
Annonces politiques: payable avant publication
Tarif général: 0,30$
Contrat selon l'échelle
Carrières-professions-nominations:
non applicable sur le contrat: 0,45$
Oreilles: (Tous les jours de publication si disponible)
26 semaines: 10$ par publication
52 semaines: 9$ par publication
Hookers:
15 li. x 1 col.: 4$
15 li. x 2 col.: 7,50$
15 li. x 3 col.: 11$
15 li. x 4 col.: 14$
Showers et anniversaires
Payables à l'avance: 20$
Photos et bas de vignette: (gagnants de trophées ou tirage)
Requis 2 colonnes: 25$
Requis 3 colonnes: 35$
Requis 4 colonnes: 50$
Amusements et autres: (Non éligibles au tarif contrat)
Payable avant publication
Concert – théâtre – exposition – carnaval – festival – cirque – bingo – boxe – lutte – cabaret – association – encan – fermeture de magasin: 0,30$
Cartes d'affaires quotidiennes: 0 à 50: 10$
51 à 100: 9$
100 et plus: 8$
Renservés: pour les annonces de plus de 100 lignes agate, seulement 50% de l'annonce peut être renversé.
Encarts: les encarts doivent être à la salle d'expédition, 5 jours avant la date de distribution.
Le lignage des encarts n'est pas applicable sur le contrat de publicité.
La date et le nom « La Voix de l'Est » doivent paraître sur la première section.
Encarts
1 à 12 pages tabloïd: 44$
16 à 24 pages tabloïd: 48$
28 à 36 pages tabloïd: 52$
40 à 48 pages tabloïd: 56$
52 à 60 pages tabloïd: 60$
64 à 72 pages tabloïd: 64$

Exigences minimales et maximales
Minimum de toute annonce:
20 lignes x 1 colonne
25 lignes x 2 colonnes
30 lignes x 3 colonnes
10 lignes à la colonne additionnelle.
Toute annonce de plus de 275 lignes agate par colonne sera facturée à la colonne entière.

Réservations et heures de tombée
Le tableau ci-dessous indique les heures limites d'entrée d'annonces et du retour des épreuves. Dans le cas d'une fête chômée, ces heures sont avancées d'un jour.

Date de la publication	Réception de l'annonce complète pour une épreuve au client	Retour de l'épreuve	Réception de l'annonce complète sans épreuve au client
Lun.	Mar. 11 h	Jeu. 16 h 30	Mer. 16 h 30
Mar.	Mer. 11 h	Ven. 16 h 30	Jeu. 16 h 30
Mer.	Jeu. 17 h	Lun. 16 h 30	Ven. 16 h 30
Jeu.	Ven. 11 h	Mar. 16 h 30	Lun. 16 h 30
Ven.	Lun. 17 h	Jeu. 16 h 30	Mar. 16 h 30
Sam.	Mar. 11 h	Jeu. 16 h 30	Mer. 16 h 30

Ces heures limites sont pour un maximum de 2 pages.
Lorsqu'il y a plus de 2 pages et moins de 8 pages, et que la composition et le montage sont à faire, il faut compter 1 jour ouvrable supplémentaire par 3 pages additionnelles pour l'entrée de ces annonces.

Page ou position spécifiées
Position garantie: 40% de plus
Page 1: annonce régulière 1$ la ligne agate
Carte d'affaires 0,40$ la ligne agate plus 40%, minimum 3 mois
6 mois, réduction de 5%
12 mois, réduction de 10%
Page 3: minimum 40 lignes sur 1 colonne, 25% de plus

Précisions typographiques
Largeur de la page: 13¾"
Largeur d'une colonne: 1⅜"
Colonnes à la page: 9
Hauteur en lignes agate: 300
Page format tabloïd: 190 lignes agate x 7 colonnes.

Modalités de paiements
Terme: net 30 jours.
Un taux de 1¼% d'intérêt mensuel sera chargé sur tout compte passé dû.

Divers
La Voix de l'Est n'assume pas de responsabilité pour les changements et annulations de dernière minute. Le travail occasionné par tout changement demandé, à l'exception de la correction des erreurs typographiques et de prix, ou l'annulation d'une annonce dont le travail a déjà été fait, seront chargés à l'annonceur au taux de 0,05$ la ligne agate.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 26 mois se terminant le 27 septembre 1980
10 661

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Shefford	71,6	71,6
Missisquoi	13,0	84,6
Rouville	8,0	92,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Granby (zone urbaine)	57,4
Cowansville	8,1
Waterloo	6,0

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,2%

* À partir des données de la recension ABC du 28 mars 1980

1.1.2 Hebdomadaires nationaux

130

ALLO-POLICE

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1953, publié le dimanche
Édité en français par la Société de Publication Merlin Ltée
1800, Parthenais, bureau 104
Montréal
H2K 3S4
Téléphone: (514) 527-5730
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,60$; livraison à domicile et États-Unis: 0,65$
Coût de l'abonnement
Canada: 30$/an
États-Unis: 35$/an

Personnel de direction
Président: Roland Caron
Directeur: G.-André Parent

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 10 h

Personnel
Responsable de la rédaction: G.-André Parent
Responsable de l'information: L.-Bernard Tétrault

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: John Lanno

Tarifs publicitaires
Carte No 8 en vigueur le 1er février 1979

Annonce courante
Tarif national: 0,80$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur:
200$ en sus du tarif d'une annonce courante
Noir et 2 couleurs:
375$ en sus du tarif d'une annonce courante
Noir et 3 couleurs:
525$ en sus du tarif d'une annonce courante
4 couleurs « Process »: tarif sur demande.
(Les séparations de couleurs doivent être fournies par le client).

Catégories particulières d'annonces
Pas de petites annonces classées.
Encarts et flexform: tarif sur demande.

Page ou position spécifiées
Couverture arrière: tarif sur demande.

Exigences minimales et maximales
Espace minimum: 25 lignes agate.
Toute annonce, de plus de 175 lignes agate de profondeur et de moins de 185 lignes agate, comptera pour 185 lignes agate.

Réservations et heures de tombée
Les commandes d'annonces complètes, avec reproductions, négatifs lithographiques ou les photographies elles-mêmes doivent parvenir 15 jours avant la date de publication. Les flans ne sont pas acceptés.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 12 ems (2")
Hauteur: 185 lignes agate
Nombre de colonnes: 5
Imprimé « Offset
Format tabloïd

Modalités de paiements
15% aux agences reconnues.
2% d'escompte le 20 du mois suivant.

Divers
Toutes les copies et la disposition de l'annonce devront être approuvées par l'éditeur.
Aucun contrat de plus de 12 mois ne sera accepté.
L'annonce d'un concours devra aussi renfermer la publication du résultat de ce concours.
Quand une erreur se produit dans la publication d'une annonce et que cette erreur est imputable directement à l'éditeur ou à l'imprimerie, l'annonceur a droit à un remboursement égal au montant qu'il aurait payé, si son annonce avait été publiée sans erreur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
82 643

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*
Région
Toutes les régions du Québec

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*
Municipalité
Les principales villes du Québec

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
8,8%

* À partir des données de la recension ABC du 24 février 1980

140

DIMANCHE DERNIÈRE HEURE

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1965, publié le dimanche
Édité en français par Dernière-Heure Ltée
5689, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 2E9
Téléphone: (514) 273-8336
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$; service à domicile, crieurs, Nord-Est du Québec et États-Unis: 0,55$
Coût de l'abonnement
Canada: 35$/an; 25$/6 mois
États-Unis: 40$/an; 30$/6 mois

Personnel de direction
Directeur général: Roland Côté

INFORMATION
Moment de tombée
Samedi 12 h

Personnel
Chef de la rédaction et responsable de l'information:
Roland Côté

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Dimanche-Matin
5701, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 2E9
Téléphone: (514) 274-2501

Personnel
Responsable de la publicité: José Ballard

Tarifs publicitaires
Carte No 29 en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante
Tarif national régulier: 0,40$ la ligne agate
Tarif national combiné
(Dimanche-Matin, Dimanche Dernière Heure)
2,15$ la ligne agate
Tarif régional combiné
(Dimanche-Matin, Dimanche Dernière Heure)
1,85$ la ligne agate

Annonce couleur
Tarif combiné (Dimanche-Matin, Denière Heure)
Noir et 1 couleur: 800$
Noir et 2 couleurs: 900$
Noir et 3 couleurs: 1 200$

Catégories particulières d'annonces
Flexform combiné dm et dh: 2 400$

Réservations et heures de tombée
Toute annonce doit parvenir, avant midi, le mercredi précédant la date de parution.

Précisions typographiques
Largeur de colonne: 1 3/16" ou 9½ picas
Largeur 2 colonnes: 3 5/16" ou 20 picas
Largeur 3 colonnes: 5 1/16" ou 30½ picas
Hauteur: 192 lignes agate
Colonnes par page: 6
Page plein papier: 192 lignes agate x 6 colonnes: 1 152 lignes agate.
Largeur de page: 61½ ems, 10¼ »
Imprimés offset: les épreuves glacées, dessins originaux et les photographies sont acceptés.

Modalités de paiements
Commissions aux agences reconnues: 15% (fonds canadiens).
Crédits: 2% comptant, payable le 20 du mois suivant.
Aucune commission n'est payable aux agences de publicité pour l'annonce à tarif local.

Divers
Contrat accepté pour une période maximale d'un an. Les annonces des distilleries sont acceptées. L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats. Les contrats non respectés seront sujets à la réclamation par l'éditeur au taux entier de 2,15$ la ligne agate. Toute annonce doit être approuvée par l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour le 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
20 950

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Région adm.	%	*% cumulatif*
Montréal	59,9	59,9
Québec	18,8	78,7
Trois-Rivières	9,3	88,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Montréal (zone urbaine)	60,2
Québec	15,5

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
3,1%

* À partir des données de la recension ABC du 24 février 1980

150

DIMANCHE-MATIN

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1954, publié le dimanche
Édité en français par le Dimanche-Matin Ltée
5701, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 2E9
Téléphone: (514) 274-2501; Télex: 05-60688
Format: tabloïd
Coût du numéro
0,45$ en kiosque
0,55$ par crieur, livré à domicile, Est et Nord du Québec
0,85$ aux Îles-de-la-Madeleine
Coût de l'abonnement
Canada: 35$/an; 25$/6 mois
À l'étranger: 45$/an; 34$/6 mois

Personnel de direction
Président et directeur: Jacques Francoeur

INFORMATION
Moment de tombée
Le samedi à minuit
Agence de presse:
UPC
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Jacques Francoeur
Chef de l'information: Claude Lavergne

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: René Benoît
Directeur de la publicité locale:
Jacques Laporte

Tarifs publicitaires
Carte No 30 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national (la ligne agate)

Journal	Tarif régulier	Tarif combiné
Dernière Heure	0,40$	0,35$
Dimanche-Matin	2,00$	1,80$
Total	2,40$	2,15$

Tarif local
Distribution Montréal Métropolitain: 1,75$ la ligne agate
Tarif combiné DM/DH: 1,85$ la ligne agate

Annonce couleur
Dimanche-Matin
Noir et 1 couleur: 600$
Noir et 2 couleurs: 750$
Noir et 3 couleurs: 1 000$
Tarif combiné (DM-DH)
Noir et 1 couleur: 800$
Noir et 2 couleurs: 900$
Noir et 3 couleurs: 1 200$

Catégories particulières d'annonces
Imprimés, genre matière à lire: 2,25$
Nomination, avec bordure ou le mot « Annonce » 6 points: 2,25$
Charité (tarif spécial) (non commissionnable): 1,30$
Endroits de villégiature, hôtels, transport: 2,00$
Publi-reportage, matière à lire: 2,25$
Affiche géante (poste) 4 couleurs (insertion): 4 200$
(réservation 15 jours à l'avance)
Flexform Dimanche-Matin:
Mimimum 500 lignes, maximum 800 lignes: 2 000$
Flexform DM/DH combiné: 2 400$
Les taux réguliers de la couleur s'appliquent en plus; réservation et date de tombée 4 jours précédant la parution du journal.
Tirage partagé ou fractionné: tarif régulier 165$ en sus.
Encarts
Les encarts (emplacement non garanti) sont acceptés par ordre de priorité, au gré des éditeurs
Encarts imprimés à l'avance et pliés (taux sur demande)
4 pages tabloïd: 25$/1 000
6 pages tabloïd: 29$/1 000
8 pages tabloïd: 32$/1 000
12 pages tabloïd: 35$/1 000
16 pages tabloïd: 38$/1 000
20 pages tabloïd: 41$/1 000
24 pages tabloïd: 44$/1 000

Demi-format

Pages tabloïd	Maximum	
2	815 lignes	15$/1 000
4	1 631 lignes	15$/1 000
6	2 445 lignes	20$/1 000
8	3 250 lignes	25$/1 000
12	4 890 lignes	29$/1 000

Enveloppes: tarif sur demande
Grand format: tarif sur demande
Pour le coût de pages additionnelles, communiquer avec le directeur de la publicité
Brochure de voyages: Dimanche-Matin
Brochure simple: 200$
Brochure double: 400$

Page ou position spécifiées
Surcharge de 25% pour choix de position, sujet à l'approbation de l'éditeur
Les deux pages du centre (spread)
2 496 lignes agate: 5 000$

Exigences minimales et maximales
La plus petite annonce acceptée: 14 lignes agate
Les annonces mesurant 175 lignes ou plus de hauteur seront facturées à pleine colonne

Réservations et heures de tombée
Toute annonce doit parvenir avant 12 h, le mercredi précédant la date de parution

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 1 9/16 ou 9½ picas
Largeur de 2 colonnes: 3 9/16 ou 20 picas
Largeur de 3 colonnes: 5 9/16 ou 30½ picas
Hauteur: 192 lignes agate
Colonnes à la page: 6
Page plein papier: 1 152 lignes agate
Largeur de page: 61½ ems, 10¼
Trame blanc et noir ou couleur: 85
Imprimés Offset: les épreuves glacées, dessins originaux et les photographies sont acceptés.

Modalités de paiements
Commission aux agences reconnues: 15% (fonds canadiens)
Crédit: 2% comptant, payable le 20 du mois suivant
Aucune commission n'est payable aux agences de publicité pour l'annonce à tarif local

Divers
Contrat accepté pour une période maximale d'un an. Les annonces des distilleries sont acceptées. L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats. Les contrats non respectés seront sujets à la réclamation par l'éditeur au taux entier de 2,00$ la ligne agate.
Toute annonce doit être approuvée par l'éditeur.
Distribution générale
La distribution générale permet d'étendre le champ d'action et de livrer le message publicitaire dans les foyers les plus éloignés de certains centres ou l'achat par section est possible. Tarif sur demande.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
188 753

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*
Région administrative
Toutes les régions du Québec

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Montréal (zone urbaine)	44.9
Québec	6.5

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1.2%

* À partir des données de la recension ABC du 24 février 1980

160

ÉCHO-VEDETTES

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi
Édité en français par le Publications Québecor Inc.
(Div. Groupe Québecor)
144 ouest, Port-Royal
Montréal
H3L 2B3
Téléphone: (514) 382-1312;
Télex: 05-827-591
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.60$
Coût de l'abonnement
Canada: 37$/1 an, 24$/6 mois, 12.25$/3 mois
États-Unis et autres pays:
50$/an, 32.50$/6 mois, 16.25$/3 mois

Personnel de direction
Vice-président et directeur général:
William Hainaut
Directeur: Roger Sylvain

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Marc Chatelle
Directeur de l'information: Michel Choinière

PUBLICITÉ
Personnel
Superviseur de la publicité: Jean-Claude Emery
Directeur des ventes, publicité nationale:
Gérald S. Dufour
Directeur de la publicité locale:
Jean Barbeau
Représentant national:
Jean-Guy Capdevielle

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante
Blanc et noir: 1.75$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 450$
Noir et 2 couleurs: 600$
Noir et 3 couleurs: 800$

Catégories particulières d'annonces
Annonce dans les pages centrales (spread)
2 405 lignes agate: 3 600$
Flexform minimum 500 lignes agate: 1 500$
maximum 800 lignes agate
Bandes: page frontispice 25 lignes x 6 colonnes
noir et blanc: 500$
noir et 1 couleur: 600$
Encarts pré-imprimés: prix sur demande.
Nomination: photo 3$ la ligne

Page ou position spécifiées
Emplacement garanti, lorsque disponible, 25% additionnel.

Exigences minimales et maximales
Hauteur minimum pour toute annonce: 25 lignes agate.
Toute annonce, de plus de 170 lignes agate de hauteur, sera facturée comme 185 lignes agate.

Réservations et heures de tombée
Date limite pour toutes les annonces: 72 heures avant la publication pour matériel et réservations. Prière d'accorder 24 heures de plus, si des épreuves sont requises.

Précisions typographiques
Largeur de colonne: 10 ems (1¾")
Hauteur: 185 lignes agate
Dimension de la page: 6 colonnes ou 1 110 lignes agate
Imprimé par procédé offset. Vignette, photos, négatifs peuvent être employés.
Pour meilleure reproduction, l'éditeur recommande l'utilisation de « repros » de dessins originaux ou de photographies.
Les flans ne sont pas acceptés. Trame requise: 85

Modalités de paiements
15% aux agences reconnues.
2% escompte le 20 du mois suivant

Divers
Toute annonce doit être réservée par un ordre d'insertion ou un contrat.
L'éditeur se réserve le privilège de changer ses tarifs à 30 jours d'avis. L'éditeur se réserve le droit de refuser, d'annuler ou de discontinuer toute annonce, sans avis préalable.
Toute annonce sous forme de concours devra comprendre la publication du nom des gagnants.
Reproduction des numéros « clé » non garantie.
L'éditeur se réserve le privilège d'ajouter le mot « annonce » ou publi- reportage, au haut ou au bas de toute réclame commerciale.
Les annonces de langue anglaise à caractère non technique peuvent être traduites à titre gracieux par l'éditeur.
Les annonces de brasseries et de distilleries sont acceptées et sujettes aux règlements de la Régie des Alcools du Québec.
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats.
L'annonceur accepte de ne pas tenir « Groupe Québécor Inc. » (Écho- Vedettes) responsable de la non publication éventuelle de toute annonce, quelle que soit la cause. De plus, en cas d'erreur d'impression, l'éditeur ne sera responsable que pour le coût de l'espace utilisé.

Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.

TÉLÉ-PROGRAMME
Carte No TP1 en vigueur le 1er octobre 1980
Annonce courante

Format	Nombre de parutions 1	6	13	26	52
Couverture arrière	900$	850$	800$	750$	700$
Couverture intérieure	800$	750$	700$	650$	600$
Page surface d'impression	700$	650$	600$	550$	500$
3/4 de page	625$	575$	525$	475$	425$
1/2 page hor. ou ver.	425$	375$	325$	275$	225$
1/3 page	300$	275$	250$	225$	175$
1/4 page	250$	225$	200$	175$	150$
Bande frontispice	350$	325$	300$	275$	250$

Annonce couleur
La couleur: 150$ chacune
Vérifiez pour la disponibilité de couleur
Ces tarifs sont sujets à changement, sur préavis de 60 jours.

Réservations et heures de tombée
Date limite pour réservation d'espace: 21 jours avant la date du numéro.
Les annonceurs des pages couvertures, ou ceux qui ont pris option en vue d'y paraître, doivent signaler 60 jours avant la date du numéro, à l'aide d'un avis écrit, leur intention de résilier ou de renouveler.
Date de tombée, pour réception du matériel, 14 jours avant la date du numéro.

Précisions typographiques
Le télé-programme, sur papier journal, est imprimé sur rotative offset à grande vitesse; l'alignement et la disposition des caractères ainsi que la précision du pliage, d'une page à l'autre, dans tous les exemplaires, sont des opérations soumises à des tolérances mécaniques et ne peuvent être garantis.
Formats
Couverture arrière: largeur 6¾" x 9¾" hauteur
Intérieures avant-arrière: largeur 6¾" x 9½" hauteur
Page intérieure grandeur max. marge perdue:
largeur 7¾" x 10⅞" hauteur.
¾ page: largeur 5 1/16" x 7 5/16" hauteur
Demi-page horizontale ou verticale:
hauteur 4⅞" x 6¾" largeur
hauteur 9¾" x 3¼" largeur
⅓ page: hauteur 3¾" x 6¾" largeur
¼ page: largeur 3¼" x 4⅞" hauteur
largeur 1½" x 9¾" hauteur
Bande frontispice: hauteur 1¾" x 7" largeur
Couleur: (sur demande seulement, minimum 2 annonces) pour process.
Les annonceurs sont priés de fournir un jeu de négatifs à grain solide, en séparations de couleurs à compensation chromatique, (trame de 100 à 120 pour les quatres couleurs, de préférence, fond pâle). Joindre un jeu d'épreuves progressives et trois épreuves définitives. Les épreuves progressives doivent être imprimées uniquement d'un côté à l'autre.
L'émulsion des négatifs doit être en dessous, mais le texte doit se lire à l'endroit.
Les repères en registre doivent être centrés en bordure des quatre côtés de chaque film de chaque couleur, y compris le noir.
Annonce 2 couleurs: 1 jeu de négatifs. Pas de couleurs spéciales, si cette annonce est sur la même forme qu'un process.

Noir et blanc:
Toute la publicité en noir et blanc, qu'elle soit au trait ou en simili-gravure, ou les deux ensemble, doit être reproduite sur un négatif d'une seule pièce; les similigravures doivent être tramées à 100 lignes.

Modalités de paiements
Commission aux agences reconnues: 15%
2% d'escompte, si payé avant le 20 du mois suivant la date de la facture.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
154 539

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*
Région administrative
Toutes les régions du Québec

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Montréal (zone urbaine)	31,3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,5%

* À partir des données de la recension ABC du 22 mars 1980

170

FINANCES

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1979, publié le lundi
Édité en français par Publifor Inc.
381, Notre-Dame ouest, bureau 200
Montréal
H2Y 1V2
Téléphone: (514) 849-7709
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,75$
Coût de l'abonnement: 16$/an; 25$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur: Jacques Forget
Président: Serge Lavigne

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 16 h

Personnel
Rédacteur en chef: Françoy Roberge
Responsable de l'information: Jacques Forget

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Serge Lavigne
Publicitaire: Jean Olivier

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 15 novembre 1979

Annonce courante
Tarif local: 1,35$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes période de 12 mois:
1,15$ la ligne agate
3 000 lignes période de 12 mois:
1,00$ la ligne agate
5 000 lignes période de 12 mois:
0,97$ la ligne agate
10 000 lignes période de 12 mois:
0,92$ la ligne agate
15 000 lignes période de 12 mois
0,89$ la ligne agate
20 000 lignes période de 12 mois
0,87 la ligne agate

Annonce couleur
Rouge, bleu, vert, jaune, orange
ICA-AAAA, chaque couleur extra: 165$
Couleur spéciale, extra: 180$
4 couleurs (process) extra: 460$

Catégories particulières d'annonces
Nominations (70 li. x 1 col. minimum 75$): 1,15$
Dividendes et avis d'assemblée minimum: 50$
Carrières et professions: 1,15$
Occasions d'affaires: 1,15$
Cartes d'affaires (min. 28 lignes): 1,00$
Encarts: prix sur demande

Page ou position spécifiées
25% de supplément pour position déterminée.
Double pages centrales: 15%

Exigences minimales et maximales
Espace minimum:
quatorze lignes agate de hauteur pour chaque largeur de colonne.
Les annonces, dépassant 170 lignes de hauteur, seront facturés au prix de 185 lignes.

Réservations et heures de tombée
Le journal est daté chaque lundi et distribué le samedi précédent.
Matériel prêt, 12 h, jeudi précédant la date de publication.
Si épreuve requise, les textes doivent être fournis 8 jours avant la date de publication.
Aucune annulation après la date de fermeture.

Précisions typographiques
Imprimé par procédé offset
Matériel à lire: 10¼" x 14"
Nombre de colonnes: 5
Longueur de la colonne: 200 lignes
Largeur de la colonne: 11 picas
Superficie totale de la page: 1 000 lignes
Page junior, (560 lignes): 7¾" x 10"
Demi-ton: 85-100

Modalités de paiements
Une commission de 15% des frais de parution sera versée aux agences de publicité reconnues; un escompte de 2% sera consenti sur la paiement d'une facture moins de dix jours après son envoi.

180

LE GRAND JOURNAL ILLUSTRÉ

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi
Édité en français par Les Publications Québecor (1975) Inc.
225, Roy est
Montréal
H2W 2N6
Téléphone: (514) 282-9600
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,60$
Coût de l'abonnement
Canada: 37$/an; 24$/6 mois; 12,25$/3 mois
États-Unis et autres pays; 50$/an; 32,50$/6 mois; 16,50/3 mois

Personnel de direction
Directeur de la publication: Raymond Pelletier

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Sylvain Prevate
Directeur de l'information: Michel Choinière

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité nationale: Gérald S. Dufour
Directeur de la publicité locale: Jean Barbeau

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 6 octobre 1980

Annonce courants
Occasionnel: 0,85$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes: 0,80$
2 500 lignes: 0,75$
5 000 lignes: 0,70$
10 000 lignes: 0,65$
25 000 lignes et plus: 0,60$

Annonce couleur
Tarifs sur demande, page ou moins.

Page ou position spécifiées
25% en sus pour position réservée, si disponible.

Réservations et heures de tombée
Le journal est daté du samedi.
Tombée pour réservation d'annonces: 15 jours précédant la date de parution.

Précisions typographiques
Largeur de colonne: 10 ems (1¾")
Hauteur: 185 lignes agate
Dimension de la page: 6 colonnes ou 1 110 lignes agate

Modalités de paiements
Selon les ententes convenues.

Divers
Toute annonce doit être réservée par un ordre d'insertion ou un contrat.
L'éditeur se réserve le privilège de changer ses tarifs à 30 jours d'avis. L'éditeur se réserve

le droit de refuser, d'annuler ou de discontinuer toute annonce, sans avis préalable.
Toute annonce, sous forme de concours, devra comprendre la publication du nom des gagnants.
Reproduction des numéros « clé » non garantie.
L'éditeur se réserve le privilège d'ajouter le mot « annonce » ou publi-reportage au haut ou au bas de toute réclame commerciale.
Les annonces de langue anglaise à caractère non technique peuvent être traduites, à titre gracieux, par l'éditeur.

190

HABITABEC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1976, publié le vendredi
Édité en français et anglais par Habitabec Inc.
8620, Berri
Montréal
H2P 2G4
Téléphone: (514) 389-5944
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 65$/an

Personnel de direction
Président et éditeur: Jacques Déry
Directeur: Jean-Louis Morin

INFORMATION
Moment de tombée
Mercredi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Monique Janelle
Responsable de l'information: Jacques Déry

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Jean-Louis Morin
Publicitaires:
Jean-Guy Daoust
Pierre Painchaud

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er août 1980

Annonce courante
Tarif national: 1,25$ la ligne agate
Tarif local:

Espace	la ligne agate	1/8 page	1/4 page
		140 L.a.	280 L.a.
Moins de 3 320 lignes	0,85$	119$	238$
3 330 à 9 999 lignes	0,80$	112$	224$
10 000 à 19 999 lignes	0,75$	105$	210$
20 000 à 49 999 lignes	0,74$	103$	207$
50 000 lignes et plus	0,72$	101$	202$

Espace	1/3 page	1/2 page	une page
	370 L.a.	560 L.a.	1 110 L.a.
Moins de 3 320 lignes	315$	476$	944$
3 330 à 9 999 lignes	296$	448$	888$
10 000 à 19 999 lignes	278$	420$	833$
20 000 à 49 999 lignes	273$	414$	821$
50 000 lignes et plus	267$	404$	800$

Annonce couleur
1 couleur: 200$
2 couleurs: 350$
3 couleurs: 500$
Couleur spéciale: 600$ en sus

Catégories particulières d'annonces
Encarts: espace au taux usuel, plus 16$ du mille.
Petites annonces: 1,25$ la ligne.

Réservations et heures de tombée
Mercredi

Précisions typographiques
Format tabloïd: 1 110 lignes agate
6 colonnes, 185 lignes agate
Largeur: 9½ picas
Hauteur: 80 picas
Papier: newprint blanc 30 lib. première qualité
Grandeur: 11⅜" x 14" sans bord perdu
Imprimé par procédé Offset

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
2% d'escompte dans les 10 jours.
Net: 30 jours.

200

JOURNAL CONSTRUCTO

IDENTIFICATION
Bihebdomadaire établi en 1963, publié les mardi et vendredi
Édité en français par le Service de Gestion Industrielle G.R. Inc.
100, Montarville, Bureau 70A
Boucherville
J4B 5M4
Téléphone: (514) 871-9078; Télex: 05-27301
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 60$/6 mois; 90$/an première classe: 50$ additionnels

Personnel de direction
Éditeur-président: Gaston Rouleau

INFORMATION

Directrice de la rédaction: Claudette Trudeau-Button

210

LE JOURNAL DES AFFAIRES

ABC/CBP

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1928, publié le samedi
Édité en français par Publications Les Affaires (1979) Inc.
465, rue Saint-Jean, bureau 903
Montréal
H2Y 2R6
Téléphone: (514) 842-6491; Télex: 055-61971
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,75$
Coût de l'abonnement: 16$/55 numéros
25$/110 numéros

Personnel de direction
Président et éditeur: Claude Beauchamp

INFORMATION
Moment de tombée
Le mardi
Agence de presse: CNW
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Jean-Paul Gagné

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Rosaire Mailloux
Publicitaires: René Bourbonnais
Pierre Goyer
Bernard Turgeon

Tarifs publicitaires
Carte No 22 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Sans contrat: 1,82$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes: 1,71$ la ligne agate
3 000 lignes: 1,67$ la ligne agate
5 000 lignes: 1,62$ la ligne agate
10 000 lignes: 1,58$ la ligne agate
15 000 lignes: 1,55$ la ligne agate
20 000 lignes: 1,51$ la ligne agate
Tarifs combinés: une annonce de 560 lignes dans Le Journal des Affaires est égale à une pleine page dans le magazine des Affaires et vice-versa. E.g.: un annonceur avec une cédule de 2 240 lignes dans le journal et 2 pages dans le magazine obtient le tarif de 3 000 lignes dans le journal et le tarif de 5 fois dans le magazine.

Annonce couleur
Couleur process:
jaune, magenta, bleu
vert, R.O.P. 541, rouge R.O.P. 55: 195$
Couleur spéciale: 215$
4 couleurs (process) extra: 545$

Catégories particulières d'annonces
(Le tarif combiné ne peut être appliqué)
Nominations: 2,95$
Dividendes et avis d'assemblée minimum: 2,15$
Carrière et professions: 1,44$
Occasions d'affaires: 1,66$
Cartes d'affaires (min. 28 lignes): 1,44$
13 semaines: 1,29$
26 semaines: 1,22$
52 semaines: 1,15$
Oreilles (minimum 13 semaines)

Nombre	Page 1	Page intérieure
13 semaines	145$	100$
26 semaines	130$	90$
52 semaines	115$	85$

Numéros spéciaux 1981
Tarif général: 1,90$ la ligne agate
Encarts
Grandeur min. 8½ x 11 max. 15 x 11⅜
2 pages/1 000 copies: 56$
4 pages/1 000 copies: 59$
8 pages/1 000 copies: 62$
12 pages/1 000 copies: 65$
16 pages/1 000 copies: 68$

Page ou position spécifiées
25% de supplément pour position déterminée.
Double-page centrale: une colonne supplémentaire

Exigences minimales et maximales
Espace minimum: quatorze lignes agate de hauteur pour chaque largeur de colonne.
Les annonces dépassant 170 lignes de hauteur seront facturés au prix de 200 lignes.

Réservations et heures de tombée
Le journal est daté du lundi et expédié le samedi précédent.
Réservation: vendredi 17 h. Matériel: lundi 17 h.
Si l'on exige des épreuves, les textes doivent être chez l'éditeur 10 jours avant la date de publication.
Aucune annulation après le mercredi midi précédant la date de publication.

Précisions typographiques
Imprimé par procédé offset
Matière à lire: 9¾" x 14¼"
Nombre de colonnes: 5
Largeur de la colonne: 11½ picas ou 1 15/16"
Longueur de la colonne: 14" (200 lignes)
Superficie totale de la page: 1 000 lignes
Page-junior, (560 lignes): 7¾" x 10"
Demi-ton: 85-100

Modalités de paiements
Une commission de 15% des frais de parution sera versée aux agences de publicité reconnues; un escompte de 2% sera consenti sur le paiement d'une facture moins de dix jours après son envoi, ou net à 30 jours de la date de la facture.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
34 963

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
3,2%

220

LE MAGAZINE ILLUSTRÉ

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1979
Édité en français par Les Éditions Pop Jeunesse Inc.
9922, boul. Saint-Laurent
Montréal
H3L 3R2
Téléphone: (514) 382-8443
Format: revue
Coût du numéro: 0,99$
Coût de l'abonnement: 23,50$/26 numéros; 45$/an

Personnel de direction
Président et éditeur: Claude Charron
Directeur général: Denis Monette

INFORMATION
Agence de presse:
Keystone Press Globe, Gamma-Sipa, Pono-Press, Sygma-Alpha-Diffusion, Globe

Personnel
Rédacteur en chef: Germain Monte

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Jean McGown et Associés
785, avenue Plymouth, bureau 310
Ville Mont-Royal
H4P 1B3
Téléphone: (514) 735-5191

Personnel
Directeur du marketing: Gilles Mailhot

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er janvier 1979

Annonce courante

Noir et blanc	1 fois	6 fois	13 fois	26 fois
1 page	950$	925$	885$	815$
2/3 page	720$	700$	665$	615$
1 page-jr	550$	540$	505$	470$
1/2 page double	1 035$	980$	940$	815$
1/3 page	435$	425$	410$	375$
1/4 page	335$	325$	310$	270$
1/6 page	240$	235$	225$	210$

Annonce couleur
4 couleurs (process), par page, par annonce: 450$
Rouge, bleu, jaune (process), par couleur, par page, par annonce: 150$

Catégories particulières d'annonces
Encarts: nombre limité accepté
Marge perdue
Toute annonce à marge perdue doit être conçue de façon à pouvoir être imprimée, sur une page de droite ou de gauche du magazine. L'éditeur se réserve le droit de rogner le film de 3/16" de chaque côté des annonces à marge perdue, pour en arriver au format fini du magazine.
Marge perdue: 15% de supplément.
Pas de frais additionnel pour marge perdue centrale pour annonce sur 2 pages, lorsque les marges extérieures sont respectées.

Page ou position spécifiées
Position réservée: 20% de supplément (pages complètes seulement).

Couverture	1 fois	6 fois	13 fois	26 fois
2e-3e couv.	1 680$	1 570$	1 485$	1 400$
4e couv.	1 905$	1 790$	1 710$	1 625$

Pages couvertures: non annulables.

Réservations et heures de tombée
Date de fermeture: réservation 5 semaines précédant la date de publication et le matériel doit être fourni à Montréal 4 semaines avant la date de publication. Aucune annulation ne sera acceptée après 17 h ce jour-là. Les pellicules offset, ainsi que le matériel artistique « prêt pour la caméra », devront être reçus au plus tard 3 semaines précédant la date de publication.

Précisions typographiques
Imprimé par web offset rotatif: broché.
Hauteur de colonne: 140 lignes x 3 (420 lignes par page).
Page avec marge: 7" de largeur x 10" de hauteur.
Surface d'impression: 8 5/16" de largeur x 10⅞" de hauteur.
Page double (spread): 15" de largeur x 11⅛" de hauteur.
Page à marge perdue (bleed): 8 5/16" de largeur x 11⅛" de hauteur.
Page double à marge perdue (bleed): 16⅝" de largeur x 11⅛" de hauteur.

Unité	Largeur	Hauteur
2/3 p.	4⅝"	10"
1/2 p. double	15½"	4⅞"
Page-jr	4⅝"	7½"
1/2 p. vt	3⅜"	10"
1/2 p. hz	7"	4⅞"
1/3 p. car	4⅝"	4⅞"
1/3 p. vt	2¼"	10"
1/4 p.	3⅜"	4⅞"
1/6 p.	2¼"	4⅞"

Unité	Marge Perdue Largeur	Hauteur
2/3 p.	5⅜"	11⅛"
1/2 p. double	16¾"	5⅜"
Page-jr	5½"	8⅛"
1/2 p. vt	4¼"	11⅛"
1/2 p. hz	8 5/16"	5⅜"
1/3 p. car	5⅜"	5⅜"
1/3 p. vt	3⅛"	11⅛"
1/4 p.	–	–
1/6 p.	–	–

Voir à ce que le texte du matériel publicitaire se situe à au moins 1/4" des bords de l'annonce. L'éditeur se réserve le droit de couper jusqu'à 1/4" d'un côté ou de l'autre des pages à marge perdue (ou des 2/3 de page) afin de compenser pour la page de droite (ou de gauche, le cas échéant). Quatre couleurs: en plus des films et des négatifs à trame précise, on doit fournir un jeu d'épreuves progressives et deux épreuves finales, trame de 133 pour le jaune, de 120 pour le rouge, le noir et le bleu. Les croix de visée doivent apparaître sur chacun des coins extérieurs de chaque film, et ce pour chacune des couleurs.

Modalités de paiements
Agences: 15% des sommes facturées pour l'espace, la couleur, la marge perdue et la position (versée aux agences reconnues). Il ne

sera payé aucune commission sur les autres item facturés, à savoir les coûts de production, de reproduction, etc.
Trames: 30 jours net. Escompte au comptant: 2% du coût net si payé avant le dixième jour du mois suivant la date de la facturation. Les comptes sont payables au siège social du représentant publicitaire en devises canadiennes.

Divers
Le magazine n'est pas responsable des numéros de repérage erronés. Les annonceurs et les agences de publicité ne peuvent tenir le magazine responsable de n'avoir pas inséré, pour quelque raison que ce soit, leur matériel publicitaire. Les tarifs pourront être augmentés sans préavis. Les contrats « ouverts », qui ne spécifient ni l'espace requis ni le rythme de parution, seront acceptés, à la condition expresse qu'une augmentation subséquente des tarifs puisse leur être appliquée. L'éditeur ne reconnaît pas l'obligation de se soumettre aux conditions, écrites ou autres, qui pourraient se trouver sur les contrats ou le matériel publicitaire, si lesdites conditions entrent en conflit avec les politiques définies par cette carte de tarifs. L'éditeur ne sera pas responsable de la qualité de reproduction ni de l'exactitude de la couleur des annonces en quatre couleurs, à moins que l'annonceur ne lui fournisse un jeu d'épreuves progressives. Le matériel soumis par l'annonceur devra être réclamé à l'éditeur, dans les douze mois qui suivent la réception du bon d'insertion. Si non réclamé, le matériel sera alors détruit. Si la première insertion prévue par contrat n'est pas utilisée pendant les deux mois qui suivent la signature du contrat et si, entre-temps une nouvelle carte de tarifs a été émise, les nouveaux tarifs seront automatiquement appliqués. L'éditeur se réserve le droit de refuser, à son gré, toute annonce publicitaire. L'annonceur ou l'agence de publicité assume la responsabilité légale de l'ensemble du contenu (soit le texte, les illustrations et la disposition) de l'annonce, ainsi que celle de toute poursuite contre le Lundi.
Aucune annulation d'espace ne sera acceptée, dans le cas où l'annonceur ou l'agence de publicité aura fourni le matériel publicitaire après la date de fermeture.
L'espace réservé pourra être facturé à l'annonceur ou à l'agence de publicité, si le matériel expédié n'est pas conforme aux exigences de cette carte de tarif.

230

LE NOUVEAU SAMEDI

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi
Édité en français par Les Publications Québecor (1975) Inc.
225, Roy est
Montréal
H2W 2N6
Téléphone: (514) 282-9600
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,60$
Coût de l'abonnement
Canada: 37$/an; 24$/6 mois; 12,25$/3 mois
États-Unis et autres pays:
50$/an; 32,50$/6 mois; 16,25$/3 mois

Personnel de direction
Vice-président et directeur général:
William Hainaut
Directeur de la publication:
Paul Villeneuve

INFORMATION

Personnel
Rédactrice en chef: Monique Plamondon

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Jean Barbeau

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 6 octobre 1980

Annonce courante
0,85$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes: 0,80$
2 500 lignes: 0,75$
5 000 lignes: 0,70$
10 000 lignes: 0,65$
25 000 lignes et plus: 0,60$

Annonce couleur
Annonce couleur sur demande, page ou moins.

Page ou position spécifiées
25% en sus pour position réservée, si disponible.

Réservations et heures de tombée
Tous les journaux sont datés du samedi.
Tombée pour réservation d'annonces: 15 jours précédant la date de parution.

Précisions typographiques
Largeur de colonne: 10 ems (1¾")
Hauteur: 185 lignes agate
Dimension de la page: 6 colonnes ou 1 110 lignes agate

Modalités de paiements
Selon les ententes convenues

Divers
Toute annonce doit être réservée par une commande d'insertion ou un contrat.
L'éditeur se réserve le privilège de changer ses tarifs à 30 jours d'avis. L'éditeur se réserve le droit de refuser, d'annuler ou de discontinuer toute annonce, sans avis préalable.
Toute annonce sous forme de concours devra comprendre la publication du nom des gagnants.
Reproduction des numéros « clé » non garantie.
L'éditeur se réserve le privilège d'ajouter le mot « annonce » ou publi- reportage au haut ou au bas de toute réclame commerciale.
Les annonces de langue anglaise à caractère non technique peuvent être traduites, à titre gracieux, par notre organisation.

240

NOUVELLES ILLUSTRÉES

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi
Édité en français par Les Publications Québecor (1975) Inc.
225, Roy est
Montréal
H2W 2N6
Téléphone: (514) 282-9600
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,60$
Coût de l'abonnement
Canada:
37$/an; 24$/6 mois; 12,25$/3 mois
États-Unis: et autres pays:
50$/an; 32,50$/6 mois; 16,25$/3 mois

Personnel de direction
Vice-président et directeur général:
William Hainaut
Directeur de la publication: Normand Waughan

INFORMATION

Personnel
Rédactrice en chef: Francine Bertrand
Directeur de l'information: Michel Choinière

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité nationale:
Jean-Claude Emery
Directeur de la publicité locale:
Jean Barbeau

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 6 octobre 1980

Annonce courante
1,10$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes: 1,00$
2 500 lignes: 0,95$
5 000 lignes: 0,90$
10 000 lignes: 0,85$
25 000 lignes et plus: 0,75$

Annonce couleur
Annonce couleur sur demande, page ou moins.

Page ou position spécifiées
25% en sus pour position réservée, si disponible.

Réservations et heures de tombée
Tous les journaux sont datés du samedi.
Tombée pour réservation d'annonces: 15 jours précédant la date de parution.

Précisions typographiques
Largeur de colonne: 10 ems (1¾")
Hauteur: 185 lignes agate
Dimensions de la page: 6 colonnes ou 1 110 lignes agate

Modalités de paiements
Selon les ententes convenues.

Divers
Toute annonce doit être réservée par une commande d'insertion ou un contrat.
L'éditeur se réserve le privilège de changer ses tarifs à 30 jours d'avis. L'éditeur se réserve le droit de refuser, d'annuler ou de discontinuer toute annonce, sans avis préalable. Toute annonce sous forme de concours devra comprendre la publication du nom des gagnants. Reproduction des numéros « clé » non garantie.
L'éditeur se réserve le privilège d'ajouter le mot « annonce » ou publi-reportage au haut ou au bas de toute réclame commerciale.
Les annonces de langue anglaise à caractère non technique peuvent être traduites, à titre gracieux, par notre organisation.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
35 494

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Région adm.	*%*	*% cumulatif*
Toutes les régions du Québec		

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	*%*
Montréal (zone urbaine)	36.0

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
3,4%

* À partir des données de la recension ABC du 3 mars 1979

250

PERSPECTIVES

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi dans les 7 quotidiens du Québec et de la région d'Ottawa: Le Nouvelliste, La Presse, Le Quotidien du Saguenay, Le Soleil, La Tribune, La Voix de l'Est, Le Droit.
Édité en français par Perspective Inc.
231, Saint-Jacques
Montréal
H2Y 1M6
Téléphone: (514) 282-2224
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Président et directeur général: Jean-A. Dion

INFORMATION
Moment de tombée
15 jours avant la publication

Personnel
Rédacteur en chef: Jean Bouthillette

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur général de la publicité: Walter Trudeau

Tarifs publicitaires
Carte No P42 en vigueur le 7 février 1981

Annonce courante
Tarif simple:
1/16 page (1/4 de 1 colonne): 520$
1/8 page (1/2 de 1 colonne ou ¼ de 2 cols): 1 020$
3/16 page (3/4 de 1 colonne): 1 465$
1/4 page (1 colonne ou ½ de 2 colonnes): 2 035$
Coin (3/10 page): 3 275$
3/8 page (1/2 de 3 colonnes): 2 845$
Îlot (3/10 page) (disponibilité limitée): 4 035$
Demi-page (verticale ou horizontale): 4 010$
9/16 page (3/4 de 3 colonnes): 4 370$
3/5 page horizontale: 4 620$
3/4 page verticale (3 colonnes): 5 675$
Pleine page: 7 245$
2 pages vis-à-vis: 14 650$

Escompte ou prix réduit
Rabais de continuité et de fréquence
6-11 insertions*: 5%
12-35 insertions**: 10%
26 pages et plus***: 15%

* Minimum d'une insertion par mois, pour 6 mois consécutifs

** Minimum d'une insertion par mois, pour 12 mois consécutifs

*** Minimum de 2 insertions par mois, pour 12 mois consécutifs

Les annonceurs, qui, au cours d'une année civile ou d'un exercice prévu, font paraître 3 pages et plus, ou l'équivalent, dans Perspectives, peuvent bénéficier de rabais comme suit:

Volume	
de 3 à 5 pages	5% de rabais
de 6 à 11 pages	7% de rabais
de 12 à 17 pages	10% de rabais
de 18 à 25 pages	12% de rabais
de 26 à 35 pages	17% de rabais
de 36 pages et plus	20% de rabais

L'espace des cartes à bout encollé, les pages multiples et les cahiers publicitaires peuvent être éligibles à des rabais, selon les indications fournies ci-dessous:
Le tarif des cartes à bout encollé ne peut être l'objet de rabais; cependant une carte peut être comptée comme une page et servir à donner droit à un rabais d'espace ordinaire.
Le tarif des pages multiples ne peut être l'objet de rabais; cependant les pages accumulées peuvent devenir éligibles à un rabais d'espace ordinaire.
Le tarif des cahiers publicitaires ne peut être l'objet de rabais, cependant le lignage peut être éligible à un rabais d'espace ordinaire.
Les suppléments pour annonces avec marge perdue ou autres suppléments techniques ne peuvent être l'objet de rabais.

Annonce couleur

Noir plus 1 couleur	Tarif simple
1/8 de page (1/2 de 1 col ou ¼ de 2 cols)	2 760$
1/4 de page (1 col ou ½ de 2 cols)	3 860$
Coin (3/10 de page)	4 715$
3/8 de page (1/2 de 3 cols)	5 025$
* Îlot (3/10 de page)	6 215$
Demi-page (verticale ou horizontale)	6 160$
9/16 de page (3/4 de 3 cols)	6 635$
3/5 de page horizontale	6 885$
3/4 de page verticale (3 cols)	7 945$
Page	9 515$
2 pages vis-à-vis	18 610$
2 pages centrales	19 065$

3 ou 4 couleurs	Tarif simple
1/8 de page (1/2 de 1 col ou ¼ de 2 cols)	3 290$
1/4 de page (1 col ou½ de 2 cols)	5 230$
Coin (3/10 de page)	7 095$
3/8 de page (1/2 de 3 cols)	6 675$
* Îlot (3/10 de page)	7 855$
Demi-page (verticale ou horizontale)	7 785$
9/16 de page (3/4 de 3 cols)	8 335$
3/5 de page horizontale	8 590$
3/4 de page verticale (3 cols)	9 645$
Page	11 215$
* 2 pages vis-à-vis format réduit	17 810$
2 pages vis-à-vis	21 010$
2 pages centrales	21 390$
Couverture extérieure arrière	12 585$

Pages multiples en 4 couleurs - paraissant dans un même numéro de

4 à 6 pages, par page	6 730$
7 pages, par page	6 395$
8 pages, par page	6 170$
9 pages, par page	5 945$
10 pages, par page	5 610$
11 pages, par page	5 275$
12 pages, par page	5 050$

* Disponibilité limitée

Catégories particulières d'annonces
Annonces avec marge perdue: tarif simple
Supplément pour couleur ou noir et blanc
Page entière ou moins: 270$
Cartes à bout encollé: tarif simple
Une garantie de 90% du tirage total et 75% au minimum du tirage de chacun des journaux-membres est accordée.
7 x 3¾ (178mm x 95mm): 8 315$
7 x 4⅞ (178mm x 124mm): 8 405$
7 x 6 (178mm x 152mm): 8 745$
7 x 6 formule de demande: 10 205$
Copie A-B
Offerte à l'échelle nationale moyennant un supplément de 890$ (non assujetti à la commission) pour les unités en couleurs et 535$ pour une annonce en blanc et noir. Disponibilité limitée.
Cahiers publicitaires
Les différentes grandeurs et dimensions des cahiers publicitaires sont disponibles. Détails, tarifs et dates de tombée sur demande.
Encarts fournis par l'annonceur: tarif sur demande

Réservations et heures de tombée
Réservations (non résiliables):
6 semaines avant la date de parution
Matériel couleur: 5 semaines avant la date de parution
Matériel monochrome: 3 semaines avant la date de parution
Publicité de vente postale et concours:
Date-délai, espace et copie: 8 semaines avant la date de parution
Typographie: pour les travaux de composition typographique, avancer le délai de production de 2 semaines, pour permettre la correction

des épreuves. Les frais afférents sont facturés à l'annonceur.

Précisions typographiques

Exigences techniques (largeur x hauteur)

Format	Format standard
1/16 de page (1/4 de 1 col)	2¼" x 2"1/16"
1/8 de page ver. (1/2 de 1 col)	2¼" x 5½"
1/8 de page hor. (1/4 de 2 col)	4⅝" x 2"1/16"
3/16" de page (3/4 de 1 col)	2¼" x 8⅜"
1/4 de page (1 col)	2¼" x 11⅜6"
1/4 de page (1/2 de 2 col)	4⅝" x 5½"
Îlot (3/10 de page)	4⅝" x 6¾"
Mini page (3/10 de page)	4⅝" x 6¾"
3/8 de page (1/2 de 3 col)	7 1/16" x 5½"
Demi-page ver.	4⅝" x 11⅛"
Demi-page hor.	9⅜" x 5½"
9/16 de page (3/4 de 3 col)	7⅛6" x 8⅜"
3/5 de page hor.	9⅜" x 6¾"
Page « junior »	7⅛6" x 9⅞6"
3/4 de page ver. (3 col)	7⅛6" x 11⅛"
Page	9⅜" x 11⅛"
2 pages vis-à-vis format réduit	15" x 8⅜"
2 pages vis-à-vis	20⅛" x 11⅛"
2 pages centrales	20⅛" x 11⅛"

Format	Format avec marge perdue	Format rogné
1/16 de page (1/4 de 1 col)	Non disponible	Non disponible
1/8 de page ver. (1/2 de 1 col)	Non disponible	Non disponible
1/8 de page hor. (1/4 de 2 col)	Non disponible	Non disponible
3/16" de page (3/4 de 1 col)	Non disponible	Non disponible
1/4 de page (1 col)	Non disponible	Non disponible
1/4 de page (1/2 de 2 col)	Non disponible	Non disponible
Îlot (3/10 de page)	Non disponible	Non disponible
Mini page (3/10 de page)	5⅜6" x 7½"	5⅛6" x 7⅜6"
3/8 de page (1/2 de 3 col)	7⅜" x 6"	7½" x 5"⅜6"
Demi-page ver.	5⅜6" x 12⅛"	5⅛6" x 12"
Demi-page hor.	10⅜" x 6"	10½" x 5"⅜6"
9/16 de page (3/4 de 3 col)	7⅜" x 8⅛"	7½" x 8"⅜6"
3/5 de page hor.	10⅜" x 7¼"	10½" x 7⅜6"
Page « junior »	7⅜" x 9"⅜6"	7½" x 9⅛"
3/4 de page ver. (3 col)	7⅜" x 12⅛"	7½" x 12"
Page	10⅜" x 12⅛"	10½" x 12"
2 pages vis-à-vis format réduit	15" x 8⅛"	15" x 8"⅜6"
2 pages vis-à-vis	21¼" x 12⅛"	21" x 12"
2 pages centrales	21¼" x 12⅛"	21" x 12"

On devra fournir pour chaque annonce une maquette complète, à l'échelle exacte de l'espace commandé. Pour les copies qui ne sont pas livrées en une seule pièce à l'échelle, il sera exigé le supplément prévu au contrat. Après entente préalable seulement, les positifs monochromes sont fournis pour l'annonce complète, conforme au format commandé, et deux jeux d'épreuves gammes peuvent être utilisés.

Unichromie

L'annonce doit être présentée en un seul montage complet, aux proportions exactes pour la reproduction. Pour obtenir une bonne reproduction en rotogravure, utiliser des épreuves photographiques originales (et non des photocopies), ainsi que des dessins ou l'avis.

Les simili gravures déjà tramées ne peuvent être acceptées. Les illustrations au trait, accompagnées d'épreuves typographiques en place, en 3 exemplaires, sont acceptées pour reproduction. Pour obtenir de meilleurs résultats, utiliser les dessins en traits pleins et les caractères gras d'au moins 8 points sans sérif. Les caractères inversés de moins de 10 points ne conviennent pas à la reproduction.

Polychromie

Le dessin original en couleurs, ou des diapositives en couleurs, en une seule pièce complète, à l'échelle de l'espace commandé, sont requis. Les caractères inversés, de moins de 10 points, ne conviennent pas à la reproduction.

Annonce avec marge perdue

Sur toutes les annonces avec marge perdue, les caractères et l'illustration doivent être à 1/2" (13mm) du bord au moins, et à 3/8" (10mm) de la ligne de rognage.

Dimension maximum

Les dimensions maximum de la copie, pouvant passer à la reproduction, sont de 30" x 40" (762mm x 1 016mm).

Modalités de paiements

La commission d'agence de 15% et le rabais au comptant de 2%, le 20 du mois suivant, ne sont accordés qu'aux agences de publicité agréées. Comptes payables en monnaie canadienne.

Divers

Copie américaine

Quand la copie est expédiée des États-Unis, avancer de 5 jours la date délai aux fins de dédouanement. Le dédouanement, droits compris, est facturé à l'annonceur. Une déclaration en douane doit accompagner le colis, à l'adresse suivante: Service de production, Perspectives Inc. 231, rue Saint-Jacques, Montréal, Québec, H2Y 1M6, Canada. Expédier cinq exemplaires de la déclaration en douane, sous pli distinct, à B.P. 1538, Place d'Armes, Montréal, Québec, H2Y 3K9, Canada.

Copie tardive

On peut accepter une copie tardive, dans certaines conditions, mais uniquement avec accord préalable, dans ce cas, il y aura des frais de production supplémentaires non assujettis à la commission. Le barème de ces suppléments sera donné sur demande.

Couverture extérieure arrière

La commande ne peut être résiliée dans les treize semaines qui précèdent la date de parution.

Deux pages centrales

Les deux pages centrales ne se vendent qu'au tarif polychromie. La commande ne peut être résiliée dans les treize semaines qui précèdent la date de parution.

Deux pages vis-à-vis

Les deux marges intérieures peuvent s'utiliser, sans supplément de prix, quand on prend deux pages vis-à-vis, autres que les deux pages centrales. Pour la réalisation de l'annonce, prévoir une divison au pli central.

Cartes à bout encollé

Les cartes à bout encollé sont disponibles aux annonceurs utilisant 3/5 de page horizontale ou une page ou plus. Cependant, à cause du nombre limité par édition, les dates d'insertion doivent être confirmées avant commande. La commande ne peut être résiliée dans les treize semaines qui précèdent la date de parution. spécifications techniques sur demande.

Positions spéciales

Plusieurs disponibilités de position spéciale peuvent être commandées. On peut obtenir les spécifications sur demande.

Positions page vis-à-vis

On peut obtenir les positions opposées sur l'extérieur des pages vis-à- vis dans les dimensions suivantes: pleine page contre 1/4 de page (1 col) et demi-page verticale; demi-page verticale contre demi-page verticale.

Les positions opposées, avec ruelle, sont disponibles dans les dimensions suivantes: pleine page plus 1/4 de page (1 col), demi-page verticale ou demi-page horizontale; demi-page horizontale plus demi- page horizontale. Tarif sur demande.

Le tarif, les clauses et conditions paraissant sur cette carte régissent tous les contrats ou commandes d'insertion reçus par l'éditeur.

L'éditeur se réserve le droit de réviser les tarifs publicitaires en tout temps à 60 jours d'avis par écrit, avant la date de publication; tout contrat et commande acceptés, sous réserve de cette disposition.

Les annonces groupant plusieurs annonceurs, mais formant un tout, seront acceptées, si elles sont présentées par une seule agence.

L'éditeur se réserve le droit d'insérer à son choix la mention « publicité », au-dessous ou au-dessus de n'importe quelle annonce.

Les labels de qualité agréés pourront figurer dans les annonces, s'ils ne tiennent pas trop de place.

Les annonces de concours pourront être refusées par l'éditeur. En cas d'acceptation, le nom et l'adresse des gagnants devront être fournis sur demande.

La copie d'annonces de ventes postales et de concours est soumise aux règlements des gouvernements fédéral et provincial, ainsi qu'aux conditions de l'éditeur. De plus amples détails peuvent être fournis sur demande.

Erreurs. Il ne sera pas accordé d'insertions rectificatives, à l'occasion d'erreurs peu importantes, qui ne diminuent pas la valeur de l'annonce dans son ensemble. L'éditeur ne sera tenu responsable que jusqu'à concurrence du prix de l'annonce.

L'éditeur se réserve le droit de refuser, d'interrompre ou d'omettre la parution de n'importe quelle annonce, et de résilier n'importe quel contrat d'insertion, pour des motifs connus de lui, sans que l'une ou l'autre des parties ait à encourir de peine. Également de modifier ou de refuser les annonces qui ne correspondent pas à ses exigences et d'omettre une insertion sans préavis.

Dans les cas où la copie ne serait pas produite dans les conditions de présentation et de dates-délais prévues, l'éditeur facturera un supplément pour surplus de travail. Le tarif de ces suppléments sera présenté sur demande.

Quand un annonceur national publie une liste de ses dépositaires, il doit donner le nom de tous les dépositaires où l'on peut se procurer le ou les produits dont il est fait mention dans l'annonce.

Liste des distributeurs et des magasins

Les listes des distributeurs et magasins, en lignage intégré (noir et blanc), sont offertes en tirage national à 50% du tarif d'une seule in-

sertion, lorsqu'elles sont accompagnées d'une annonce en quatre couleurs. L'espace de la liste ne peut dépasser celui de l'annonce en quatre couleurs qui l'accompagne. L'espace de listes ne peut faire l'objet d'un rabais, mais le lignage peut compter pour l'obtention d'un rabais sur l'espace national ordinaire. Ce qui précède, ne s'applique pas à la publicité Pages multiples ou Cahiers publicitaires.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980

Le Droit	49 178
Le Quotidien du Saguenay	21 269
Le Nouvelliste	50 839

Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 31 décembre 1980

La Presse	283 582
Le Soleil	138 746

Nombre d'exemplaires vendus pour les 26 semaines se terminant le 27 septembre 1980

La Voix de l'Est	10 661

Nombre d'exemplaires vendus pour les 52 semaines se terminant le 30 mars 1980

La Tribune	43 274
TOTAL	597 549

Organisme de certification de tirage
ABC

260

PHOTO POLICE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi
Édité en français par Les Publications Photo Police Inc.
1405, Plessis
Montréal
H2L 2X2
Téléphone: (514) 527-8095
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,60$
Coût de l'abonnement
Canada: 30$/an
États-Unis: 35$/an

Personnel de direction
Directeur du journal: Pierre Schneider
Contrôleur: Pierrette Hardy

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi soir

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Pierre Schneider

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité: Pierrette Hardy

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er février 1980

Annonce courante
Tarif local (occasionnel): 1$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Moins de 1 000 lignes agate: 0,95$
1 100 à 3 000 lignes agate: 0,90$
3 100 à 5 000 lignes agate: 0,85$
5 100 à 10 000 lignes agate: 0,80$
Page complète:
Une insertion 635$
4 insertions 600$
8 insertions 565$
16 insertions 530$
Contrat annuel 495$

270

PHOTO-VEDETTES

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi
Édité en français par Les Publications Québecor (1975) Inc.
225, Roy est
Montréal
H2W 2N6
Téléphone: (514) 282-9600
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,60$
Coût de l'abonnement
Canada:
37$/an; 24$/6 mois; 12,50$/3 mois
États-Unis et autres pays:
50$/an; 32,50$/6 mois; 16,25$/3 mois

Personnel de direction
Directeur de la publication: Daniel Daignault

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef: Nicole Berthiaume
Directeur de l'information: Michel Choinière

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité nationale:
Gérald S. Dufour
Directeur de la publicité locale:
Jean Barbeau

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 8 octobre 1980

Annonce courante
Occasionnel: 0,85$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes: 0,80$
2 500 lignes: 0,75$
5 000 lignes: 0,70$
10 000 lignes: 0,65$
25 000 lignes et plus: 0,60$

Annonce couleur
Tarifs sur demande, page ou moins.

Page ou position spécifiées
25% en sus pour position réservée, si disponible.

Réservations et heures de tombée
Le journal est daté du samedi.
Tombée pour réservation d'annonces: 15 jours précédant la date de parution.

Précisions typographiques
Largeur de colonne: 10 ems (1¾")
Hauteur: 185 lignes agate
Dimension de la page: 6 colonnes ou 1 110 lignes agate

Modalités de paiements
Selon les ententes couvenues.

Divers
Toute annonce doit être réservée par un ordre d'insertion ou un contrat.
L'éditeur se réserve le privilège de changer ses tarifs à 30 jours d'avis. L'éditeur se réserve le droit de refuser, d'annuler ou de discontinuer toute annonce, sans avis préalable.
Toute annonce sous forme de concours, devra comprendre la publication du nom des gagnants.
Reproduction des numéros « clé » non garantie.
L'éditeur se réserve le privilège d'ajouter le mot « annonce » ou publi-reportage au haut ou au bas de toute réclame commerciale.
Les annonces de langue anglaise à caractère non technique peuvent être traduites à titre gracieux par l'éditeur.

280

QUÉBEC CONSTRUCTION

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1971, publié le lundi
Édité en français par Publications les Affaires (1979) Inc.
465, rue Saint-Jean, bureau 903
Montréal
H2Y 2R6
Téléphone: (514) 842-6491;
Télex: 05-826-770
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement:
45$/6 mois; 65$/an; 100$/2 ans

Personnel de direction
Président et éditeur: Claude Beauchamp

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 10 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Lise Paquette

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Rosaire Mailloux
Publicitaire: Richard Dupuis

Tarifs publicitaires
Carte No 6 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Occasionnel: 0,72$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes, période de 12 mois: 0,64$
3 000 lignes, période de 12 mois: 0,62$
5 000 lignes, période de 12 mois: 0,60$
10 000 lignes, période de 12 mois: 0,58$
15 000 lignes, période de 12 mois: 0,56$
20 000 lignes, période de 12 mois: 0,54$

Annonce couleur
135$ pour couleur (standard) en sus du tarif d'une annonce courante.
165$ pour couleur (spéciale) en sus du tarif d'une annonce courante.
Procédé 4 couleurs: 465$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Appels d'offres
Occasionnel, (local): 0,61$ la ligne agate
(Tarifs spéciaux pour contrats annuels)
Nominations: 0,99$ la ligne agate
Carrières et professions, occasions d'affaires: 0,66$ la ligne agate
Cartes d'affaires
Minimum 28 lignes-13 semaines: 0,61$
Minimum 28 lignes-26 semaines: 0,55$
Minimum 28 lignes-52 semaines: 0,50$
Encarts:
grandeur minimum: 8½ x 11
maximum: 15 x 11⅜
2 pages: 56$/1 000
4 pages: 59$/1 000
8 pages: 62$/1 000
12 pages: 65$/1 000
16 pages: 68$/1 000

Page ou position spécifiées
25% en sus

Exigences minimales et maximales
Espace minimum
Quatorze lignes agate de hauteur pour chaque largeur de colonne.
Les annonces dépassant 170 lignes de hauteur seront facturées aux prix de 200 lignes.

Réservations et heures de tombée
11 h mercredi précédant la date de publication
Publication: le lundi.
Appels d'offres: 16 h le mercredi pour édition du lundi.
Si l'on exige des épreuves, les textes doivent être dans les mains de l'éditeur 10 jours avant la date de la publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 1⅞ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate (14¼)
Nombre de colonnes par page: 5
Matière à lire: 10 x 14¼
Format rogné: 11½ x 15½
Superficie totale de la page: 1 000 lignes
Demi-ton: 100-120
Imprimé: Offset

Modalités de paiements
Une commission de 15% des frais de parution sera versée aux agences de publicité reconnues; un escompte de 2% sera consenti sur le paiement d'une facture moins de dix jours après son envoi.
Les conditions offertes par les contrats en vigueur sont toujours valables.

Divers
L'administration doit recevoir l'avis d'annulation 2 jours avant l'heure de tombée.

290

LA SEMAINE COMMERCIALE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1894, publié le vendredi
Édité en français par Sokuédit Inc.
C.P. 310 Station « B
Québec
G1K 7B1
Téléphone: (418) 834-4388
Format: revue
Coût de l'abonnement: 60$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean-Marc Pouliot

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi précédant la parution

Personnel
Responsable de l'information: Jean Marc Pouliot

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Gérard (Gerry) Blouin
Représentant publicitaire: P. Pouliot

Tarifs publicitaires
Carte No 11 en vigueur le 1er janvier 1978

Annonce courante

Format	1 fois	6 fois	12 fois	25 fois	50 fois
	$	$	$	$	$
1 page	195	180	170	155	145
2/3 page	145	135	120	110	95
1/2 page	95	90	85	80	70
1/3 page	70	65	60	55	50
1/4 page	60	55	50	45	40
1/6 page	35	33	30	28	25
1/8 page	35	30	25	22	18
1/12 page	25	22	18	15	12
ligne agate	0,50	0,45	0,40	0,35	0,30

Annonce couleur
Une couleur gratuite, en sus du noir sur couverture 1 et 4 au choix de l'éditeur.
Pour toute autre spécification de couleurs, prix sur demande.

Catégories particulières d'annonces
Encarts: prix sur demande.

Page ou position spécifiées

Couverture	1 fois	6 fois	12 fois	25 fois	50 fois
	$	$	$	$	$
Première couv. entière	300	270	240	215	195
2e et 3e couv. 1/4	70	60	50	45	40
2e et 3e couv. 1/2	140	120	110	100	90
2e et 3e couv. entières	280	240	220	200	180
4e couv. 1/4	80	65	60	55	50
4e couv. 1/2	160	130	120	110	100
4e couv. entière	320	260	240	220	200

Réservations et heures de tombée
Le mercredi de la semaine précédente.

Précisions typographiques
Couvert imprimé sur papier couché inférieur sur papier journal.
Format rogné: 8½" x 11, broché à cheval.
Format du texte: 7½" x 10, 140 lignes agate x 3 col.: 420 lignes agate.
Largeur de la colonne: 2½"
Nombre de colonnes: 3
Demi-tons: 80-150.

Modalités de paiements
Commission de l'agence: 15%
Escompte: 2% dans les 30 jours

300

SUNDAY EXPRESS

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le dimanche
Édité en anglais par Les Éditions Québecor Inc.
225, Roy est
Montréal
H2W 2N6
Téléphone: (514) 282-9600
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement:
9,25$/3 mois; 17,50$/6 mois; 27$/an
À l'étranger: 13$/3 mois; 26$/6 mois; 39$/an

Personnel de direction
Directeur général: Howard Whiting

INFORMATION
Moment de tombée
Samedi 24 h
Agence de presse:
UPI

Personnel
Rédacteur en chef: Jim Vani

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Brian Mandelker

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er juin 1979

Annonce courante
Tarif national: 1,25$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 200$ en sus du tarif d'une annonce courante
Noir et 2 couleurs: (si disponible): 300$ en sus du tarif d'une annonce courante
Noir et 3 couleurs: (si disponible): 400$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
« Flexform », maximum 900 lignes agate; pas de minimum (format sujet à l'approbation de l'éditeur), 1 000$ la page. Les tarifs de la couleur s'appliquent. Date limite et réservations 7 jours avant la publication.
Page frontispice, (bande non annulable) 25 lignes agate x 6 colonnes – prix sur demande.
Oreilles (earlugs) 25 x 1 col: 400$
Spéciaux:
Procédé « Full Process », positions spéciales ou autres, disponibles sur entente préalable, afin d'assurer le contrôle des disponibilités.
Encarts pré-imprimés – prix sur demande.
Carrières et professions: 1,25$ la ligne agate
Nominations (photo): 2,50$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
Emplacement garanti, lorsque disponible, 25% additionnel.

Exigences minimales et maximales
Hauteur minimum pour toute annonce: 14 lignes agate. Toute annonce de plus de 170 lignes agate de hauteur sera facturée comme 200 lignes agate.

Réservations et heures de tombée
Mercredi 17 h. Accordez 24 heures de plus, si des épreuves sont requises.

Précisions typographiques
Format tabloïd – grandeur générale: 13⅞ x 11½ po.
Imprimerie Offset
Largeur de la colonne: 1⅜₁₆ po.
Hauteur: 200 lignes agate
Dimension de la page: 6 colonnes
Pour une meilleure reproduction, l'éditeur recommande l'utilisation de « repros » de dessins originaux ou de photographies. Les flans ne sont pas acceptés. Trame requise: 85.

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Escompte: 2% dans les 10 jours.

Divers
Les annonces de brasseries et de distilleries sont acceptées et sujettes aux règlements de la Régie des Alcools du Québec.
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats.
L'annonceur accepte de ne pas tenir « les Publications Québecor Inc. » responsable de la non publication éventuelle de toute annonce, quelle que soit la cause. De plus, en cas d'erreur d'impression, l'éditeur ne sera responsable que pour le coût de l'espace utilisé.
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
50 207

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	*%*	*% cumulatif*
Île de Montréal	70,5	70,5
Chambly	13,6	84,1
Île Jésus	4,1	88,2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	*%*
Montréal (zone urbaine)	82,0

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
18,1%

* À partir des données de la recension ABC du 23 mars 1980

310

TÉLÉRADIOMONDE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi
Édité en français par Les Publications Québecor (1975) Inc.
225, Roy est
Montréal
H2W 2N6
Téléphone: (514) 282-9600
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,60$
Coût de l'abonnement
Canada:
37$/an; 24$/6 mois; 12,25$/3 mois
États-Unis et autres pays:
50$/an; 32,50$/6 mois; 16,25$/3 mois

Personnel de direction
Directrice de la publication: Michèle Sénécal

INFORMATION

Personnel
Rédacteur en chef: Roland Bouchard
Directeur de l'information: Michel Choinière

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Jean Barbeau

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 6 octobre 1980

Annonce courante
Occasionnel: 0,85$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes: 0,80$
2 500 lignes: 0,75$
5 000 lignes: 0,70$
10 000 lignes: 0,65$
25 000 lignes et plus: 0,60$

Annonce couleur
Tarifs sur demande, page ou moins.

Page ou position spécifiées
25% en sus pour position réservée, si disponible.

Réservations et heures de tombée
Le journal est daté du samedi.
Tombée pour réservation d'annonces: 15 jours précédant la date de parution.

Précisions typographiques
Largeur de colonne: 12 ems (2") hauteur: 185 lignes agate.
Dimension de la page: 5 colonnes ou 925 lignes agate.
Demi-tons: 85 ou 110
Format tabloïd non broché
Imprimé par procédé offset. Vignettes, photos, négatifs peuvent être employés.
Les matrices ne sont pas acceptées.

Modalités de paiements
Selon les ententes convenues.

Divers
Toute annonce doit être réservée par un ordre d'insertion ou un contrat.
L'éditeur se réserve le privilège de changer ses tarifs à 30 jours d'avis. L'éditeur se réserve le droit de refuser, d'annuler ou de discontinuer toute annonce, sans avis préalable. Toute annonce, sous forme de concours, devra comprendre la publication du nom des gagnants.
Reproduction des numéros « clé », non garantis.
L'éditeur se réserve le privilège d'ajouter le mot « annonce » ou publi-reportage, au haut ou au bas de toute réclame commerciale.
Les annonces de langue anglaise à caractère non technique peuvent être traduites à titre gracieux par l'éditeur.

1.1.3 Hebdomadaires régionaux

Bas-Saint-Laurent

320

L'AVANT-POSTE GASPÉSIEN

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1941, publié le mercredi
Édité en français au 4, Place Leclerc
Amqui
G0J 1B0
Téléphone: (418) 629-3443
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$
États-Unis: 18$

Personnel de direction
Directeur: Jacques Larocque

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi midi

Personnel
Directeur de l'information: Jacques Larocque

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité: Jacques Larocque

Tarifs publicitaires
Carte No 28 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,31$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis gouvernementaux, municipaux, légaux: 0,27$ la ligne agate
Publicité politique: 0,27$ la ligne agate
Petites annonces comptant: 2$ (20 mots)
Petites annonces par téléphone: 2,50$
mots additionnels: 0,05$ le mot
Encadrées (supplémentaire): 2$
Minimum: 14 lignes agate

Page ou position spécifiées
Frais additionnels: 25%

Réservations et heures de tombée
Tout le matériel nécessaire doit être rendu au journal le mercredi avant la publication.
Lorsque des épreuves sont requises, le matériel doit parvenir au bureau, 15 jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombres de colonnes par page: 6
Procédé impression: Offset

Modalités de paiements
Commission de l'agence: 15%
Escompte additionnel de 2% pour paiement effectué avant le 20 du mois courant.

Divers
Publicité pour boissons alcoolisées acceptée et assujettie à la législation provinciale.
Toute publicité sujette à l'approbation de l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
5 191

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	*%*	*% cumulatif*
Matapédia	83,2	83,2
Île de Montréal	2,6	85,8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	*%*
Amqui	30,7
Causapscal	14,8
Sayabec	7,4

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,3%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

330

LE COURRIER DE TROIS-PISTOLES

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1961, publié le mercredi
Édité en français par Le Courrier de Trois-Pistoles Enr.
380 Jean-Rioux
Trois-Pistoles
G0L 4K0
Téléphone: (418) 851-3644
C.P. 400
Trois-Pistoles
G0L 4K0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/an
À l'étranger: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: M.L. Pelletier

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi

Personnel
Rédacteur en chef: André Morin
Responsable de l'information: Alain Desjardins

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Colbert Lebel

Tarifs publicitaires
Carte No 7 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,23$ le ligne agate

Annonce couleur
30%, minimum 50$, disponible sur demande

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux, municipal et gouvernemental: 0,26$ la ligne agate
Annonce politique: 0,23$ la ligne agate
Matière à lire, 8 pts: 0,25$ la ligne agate
Annonces classées: 0,05$ le mot, minimum 1,75$

Réservations et heures de tombée
Fermeture des pages le lundi précédant chaque édition. Quand une épreuve est requise, la copie d'annonce doit parvenir 10 jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Procédé d'impression: Offset

Modalités de paiements
15% de commission accordé à toute agence de publicité reconnue. Escompte de 2% pour les paiements effectués dans les 30 jours suivant la date de facturation.

Divers
Annonce de liqueur acceptée, sujet à la législation provinciale. Toute annonce sujette à l'approbation de l'éditeur.

340

L'INFORMATION

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par Les Publications Mitissiennes Ltée
1377, boul. Jacques-Cartier nord
Mont-Joli
G5H 2T6
Téléphone: (418) 775-4381 ou 739-4425
C.P. 70
Mont-Joli
G5H 3K8
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Editeur publiciste et directeur: Mario Roy

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef: Roger Boudreau

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Mario Roy

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
0,34$ la ligne agate

Annonce couleur
125$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
9 666

Organisme de certification de tirage
ODC

350

LE KAMOURASKA

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mercredi
Édité en français par L'Écho du Bas Saint-Laurent Inc
C.P. 1418
Les Galeries La Pocatière
La Pocatière
G0R 1Z0
Téléphone: (418) 856-4531 télex: 051-8-6391
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15,60$/an; 28$/2ans
Étranger: 25$/an

Personnel de direction
Directeur général: Roland Bellavance
Directeur administratif: Pierre Leroux

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi après-midi

Personnel
Chef de la rédaction: Jacques-Bernard Pelletier

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire national
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone (514) 931-2501

Représentant publicitaire local
Groupe de Presse Bellavance Inc.
192, Saint-Germain est
Rimouski
G5L 1A8
Téléphone (418) 723-4800
C.P. 410
Rimouski
G5L 7C4

Personnel
Directeur de la publicité: Georges Bérubé

Tarifs publicitaires
Carte de tarif local no 8 du Groupe Bellavance en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 12 du journal le Kamouraska en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,31$ la ligne agate
Tarif local: 0,27$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
3 000 lignes et plus: 0,24 $ la ligne agate
5 000 lignes et plus: 0,22 $ la ligne agate
15 000 lignes et plus: 0,20 $ la ligne agate
25 000 lignes et plus: 0,195$ la ligne agate
40 000 lignes et plus: 0,19 $ la ligne agate
50 000 lignes et plus: 0,185$ la ligne agate
75 000 lignes et plus: 0,18 $ la ligne agate
90 000 lignes et plus: 0,175$ la ligne agate
Quatre (4) pages consécutives et plus dans la même édition (sans contrat): 0,175$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 60$ (local) (couleur du numéro en cours)
Noir plus 1 couleur: 125$ add. (national)
Noir plus 2 couleurs: 225$ add.
Noir plus 3 couleurs: 300$ add.
Séparation de couleurs: 425$ add.

Catégories particulières d'annonces
Tarifs des circulaires et encarts publicitaires
4 feuilles/circulaires: 0,044$ la copie
8 feuilles/circulaires: 0,05 $ la copie
12 feuilles/circulaires: 0,055$ la copie
16 feuilles/circulaires: 0,06 $ la copie
20 feuilles/circulaires: 0,064$ la copie
24 feuilles/circulaires: 0,067$ la copie
28 feuilles/circulaires: 0,072$ la copie
32 feuilles/circulaires: 0,078$ la copie
36 feuilles/circulaires: 0,084$ la copie
40 feuilles/circulaires: 0,09 $ la copie
Note: ces prix ne sont valables que si le circulaire ou encart est daté et marqué au nom du journal au moins sur sa première page. Les quantités sont basées d'après le « Press Run ».
Numéros ou cahiers spéciaux: 0,31$ la ligne agate
Petites annonces venant des particuliers
Les 20 premiers mots: 3$
Chaque mot additionnel: 0,15$
Encadrement (minimum): 9$
Grandeur maximum: 40 lignes agate
Avis publics
Municipal, scolaire,
provincial, fédéral: 0,31$ la ligne agate
Avis divers
Appels d'offres, avis légal,
demande de soumission: 0,31$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% de plus pour position garantie

Réservations et heures de tombée
Le vendredi précédant le jour de publication.
La copie d'annonce (vélox) doit parvenir au bureau du journal avant midi, le lundi précédant la publication du journal.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas 4 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 7 colonnes
Toute annonce de 175 lignes et plus sera facturée à la pleine hauteur de la colonne.

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues
Paiement net en 30 jours, 1¾% d'intérêt par mois, après 30 jours.

Divers
La responsabilité du journal ne dépassera en aucun temps le montant de l'annonce.
Toute réclamation doit être présentée dans les 72 heures suivant la publication.
Annonces de spiritueux et de bière sujettes aux lois.
L'éditeur a droit de regard sur toute annonce.
Pour épreuves, le texte doit parvenir 10 jours avant la date de publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
8 862

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
Kamouraska	73,8	73,8
L'Islet	26,2	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
La Pocatière	21,5
Saint-Pascal	14,5
Saint-Jean-Port-Joli	12,0
Saint-Pacôme	6,1
Mont-Carmel	5,6
Saint-Aubert	5,3

360

LE NOUVEL-EST

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1980
Édité en français par La Société populaire d'édition et de diffusion de l'Est du Québec
148, de la Cathédrale
Rimouski
G5L 5H8
Téléphone: (418) 724-5915
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement: 15$/an; 8,50$/6 mois

Personnel
Directeur: Rodrigue Beauchesne

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Rédaction: Jean Bourbonnais

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Maurice Gagnon Publicité Inc.

Personnel
Directeur commercial: Jean-Guy Brochu

370

LE PLACOTEUX

IDENTIFICATION
Hebdomadaire édité en 1978, publié le lundi
Édité en français par L'Association des Marchands de Saint-Pascal
C.P. 181
Saint-Pascal (Kamouraska)
G0L 3Y0
Téléphone: (418) 492-2706
Format: 8½ x 11 (papier blanc offset)
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: En dehors du territoire de distribution gratuite: 15$/an

Personnel de direction
Directeur: Michel Viens

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 16 h

Personnel
Rédacteur en chef: Michel Viens

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Raymond Frève

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er mars 1981

Annonce courante
1 page: 219$
3/4 page: 184$
2/3 page: 168$
1/2 page: 124$
1/3 page: 92$
1/4 page: 72$
1/6 page: 49$
1/8 page: 39$
1/12 page: 25$
1/16 page: 18$

Escompte ou prix réduit
Condition annuelle, avec contrat:
6 pages/qte minimale: 5%/escompte alloué
10 pages/qte minimale: 8%/escompte alloué
14 pages/qte minimale: 10%/escompte alloué
20 pages/qte minimale: 12%/escompte alloué
26 pages/qte minimale: 14%/escompte alloué
32 pages/qte minimale: 16%/escompte alloué
40 pages/qte minimale: 18%/escompte alloué
48 pages/qte minimale: 20%/escompte alloué
Pour répétition d'annonce identique: moins 5%

Annonce couleur
50$ par couleur par page, en sus du tarif d'un annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaires: 10$
Photos: 0-1/2 page: 2 photos gratuites
1/2-1 page: 3 photos gratuites
Autres photos: 3$ chacune
Prise de photos: 5$
Le Placoteux ne véhicule aucun encart publicitaire

Page ou position spécifiées
20% de supplément

Réservations et heures de tombée
Mercredi 16 h

Modalités de paiements
Paiement net en 30 jours
2% d'escompte si payé comptant
2% d'intérêt par mois après échéance

Divers
Pour bénéficier des escomptes de quantité, le client doit signer un contrat avec le journal et le respecter.
L'annonceur accepte que le journal ne soit pas responsable des dommages résultant d'erreurs dans les annonces, au-delà du montant payé pour l'espace effectivement occupé par ladite annonce.
Le journal n'assumera aucune responsabilité pour la non publication de toute annonce, au-delà du montant payé pour une telle annonce.
Toute réclamation doit être faite dans les 72 heures suivant la publication.

380

LE PORTAGE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1979, publié le mardi
Édité en français par le Journal du Grand-Portage Inc.
122, Lafontaine
Rivière-du-Loup
G5R 3A2
Téléphone: (418) 867-1465
C.P. 1178
Rivière-du-Loup
G5R 4C3
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
0,25$ en dehors de la région
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
Étranger: 25$/an

Personnel de direction
Président: Gontrand Carrier
Directeur général: Yvan Poulim

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 16 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Yvan Poulim

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur des ventes: Ghislain Côté
Publicitaire Gilles Thoral

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 15 janvier 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,32$ la ligne agate
Tarif local: 0,25$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes et plus: 0,22$
3 000 lignes et plus: 0,21$
5 000 lignes et plus: 0,20$
10 000 lignes et plus: 0,19$
15 000 lignes et plus: 0,18$
20 000 lignes et plus: 0,17$
25 000 lignes et plus: 0,16$
50 000 lignes et plus: 0,15$

Annonce couleur

	local	national
1 couleur	50$	100$
2 couleurs	100$	200$
3 couleurs	150$	300$

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux, politiques, cirques, avis publics: 0,25$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
Position assurée 25% de plus (minimum 10$)

Réservations et heures de tombée
Vendredi 16 h 30

Précisions typographiques
Lorsqu'un client exige un montage spécifique et veut l'approuver avant publication, 0,02$ la ligne agate seront demandés.

Divers
L'annonceur s'engage à fournir le matériel publicitaire (textes, repros, illustrations, etc.) et à respecter les heures de tombée du journal, lesquelles sont le vendredi à 16 h 30.
Toutes les annonces fournies par le client annonceur seront sujettes à l'acceptation du journal.
Advenant une erreur dans la composition du texte de l'annonce, le journal s'engage à reproduire la partie de l'annonce en erreur.
La responsabilité du journal ne dépassera pas, en aucun temps, le montant de l'annonce.
Toute réclamation doit être présentée dans les 48 heures suivant la publication.

390

PROGRÈS-ÉCHO

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1904, publié le mercredi
Édité en français par l'Écho du Bas Saint-Laurent Inc.
192, Saint-Germain est
Rimouski
G5L 1A8
Téléphone: (418) 723-4800;
Télex: 051-8-6391
C.P. 410
Rimouski
G5L 7C4
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15,60$/an; 28$/2 ans
Étranger: 25$/an

Personnel de direction
Directeur général: Roland Bellavance
Directeur administratif: Pierre Leroux

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Chef de la rédaction: René Alary
Chef de pupitre: Jean-Claude Leclerc

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire national
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Représentant local
Groupe de Presse Bellavance Inc.
192, Saint-Germain est
Rimouski
G5L 1A8
Téléphone (418) 723-4800
C.P. 410
Rimouski
G5L 7C4

Personnel
Directeur de la publicité: Georges Bérubé

Tarifs publicitaires
Carte No 77 du Progrès-Écho en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 81-1 des Hebdos-A1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,36$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir plus 1 couleur: 125$ add.
Noir plus 2 couleurs: 225$ add.
Noir plus 3 couleurs: 300$ add.
Séparation des couleurs: 425$ add.

Catégories particulières d'annonces
Tarifs des circulaires et encarts publicitaires
4 feuilles/circulaire: 0,044$ la copie
8 feuilles/circulaire: 0,05 $ la copie
12 feuilles/circulaire: 0,055$ la copie
16 feuilles/circulaire: 0,06 $ la copie
20 feuilles/circulaire: 0,064$ la copie
24 feuilles/circulaire: 0,067$ la copie
28 feuilles/circulaire: 0,072$ la copie
32 feuilles/circulaire: 0,078$ la copie
36 feuilles/circulaire: 0,084$ la copie
40 feuilles/circulaire: 0,09 $ la copie
Note: ces prix ne sont valables que si le circulaire ou encart est daté et marqué au nom du journal au moins sur sa première page. Les quantités sont basées d'après le « Press Run ».
Numéros ou cahiers spéciaux: 0,36$ la ligne agate
Petites annonces venant des particuliers
Les 20 premiers mots: 3$
Chaque mot additionnel: 0,15$
Encadrement (minimum): 9$
Grandeur maximum: 40 lignes agate
Avis publics
Municipal, scolaire,
provincial, fédéral: 0,36$ la ligne agate
Avis divers
Appels d'offres, avis légal,
demande de soumission: 0,36$ la ligne agate
Guide télé (demi-tabloïd): 0,36$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% plus pour position garantie

Réservations et heures de tombée
Le vendredi précédant le jour de publication.
La copie d'annonce (vélox) doit parvenir au bureau du journal avant midi, le lundi précédant la publication du journal.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas 4 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 7 colonnes
Toute annonce de 175 lignes et plus sera facturée à la pleine hauteur de la colonne.

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues
Paiement net en 30 jours, 1¼% d'intérêt par mois, après 30 jours.

Divers
La responsabilité du journal ne dépassera en aucun temps le montant de l'annonce.
Toute réclamation doit être présentée dans les 72 heures suivant la publication.
Annonces de spiritueux et de bière sujettes aux lois.
L'éditeur a droit de regard sur toute annonce.
Pour épreuves, le texte doit parvenir 10 jours avant la date de publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
8 013

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%
Rimouski	86,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Rimouski (zone urbaine)	55,6

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,5%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

400

LE RIMOUSKOIS

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1967, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions du Bas-Saint-Laurent Inc.
212, avenue de la Cathédrale
Rimouski
G5L 5J2
Téléphone (418) 723-2571
C.P. 460
Rimouski
G5L 7C5
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 30$/an

Personnel de direction
Président: Gaétan Ouellet
Directeur: Jacques Gagnon

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Claude Rioux

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Richard Paré (724-8930)

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0,36$ la ligne agate
Tarif local: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 100$ en sus du tarif d'une annonce courante

410

SAINT-LAURENT-ÉCHO

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français au 16, du Domaine
Rivière-du-Loup
G5R 2P5
Téléphone: (418) 862-1774
C.P. 1026
Rivière-du-Loup
G5R 4C3
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Rivière-du-Loup (par camelot): 17,50$/an
Extérieur de Rivière-du-Loup (par la poste): 15$/an; 9$/6 mois
Ailleurs: 50$/an

Personnel de direction
Directeur général: Georges Fraser

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Rédactrice en chef: Mireille R. Tremblay
Chef de bureau: Aline Dion

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité: Maurice Paré

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
7 442

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Rivière-du-Loup	57,3	57,3
Kamouraska	17,0	74,3
Témiscouata	16,8	91,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Rivière-du-Loup	34,0
Saint-Antonin	5,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,0%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

420

LE TOULADI

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1979, publié le mercredi
Édité en français par Les Publications Témiscouataines Inc.
117-B, Commerciale
Cabano
G0L 1E0
Téléphone: (418) 854-2322
C.P. 430
Cabano
G0L 1E0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Hors du Témiscouata: 25$/an
Hors du Québec: 35$/an

Personnel de direction
Président: Gaétan Marcoux
Directrice générale: Roselyne Leclerc

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Roselyne Leclerc

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité: Roselyne Leclerc

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Noir et blanc: 1/8 page: 35$, 1/3 page: 72$
1 page: 216$, 1/2 page: 108$, 1/4 page: 60$

Escompte ou prix réduit
4 semaines: 10%
13 semaines et plus: 15%

Annonce couleur
1 page: 35$ en sus
1/2 page: 20$ en sus

Catégories particulières d'annonces
Annonces, offre d'emploi, avis publics, etc: 2,70$ pouce-colonne (14 lignes).
Cartes d'affaires: 14$/sem.
Petites annonces: 3$/25 mots.
0,05$/mot additionnel.

Page ou position spécifiées
15$ de plus.
Pages centrales
432$ noir et blanc.
55$ couleur.
Dernière page: 248$ couleur.

Réservations et heures de tombée
Petites annonces: vendredi 12 h
Publicité: jeudi 17 h

Divers
Contrat de publicité: (escompte à discuter avec la direction).

430

LA VOIX GASPÉSIENNE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1931, publié le mercredi
Édité en français par La Voix Gaspésienne Inc
305, de la Gare, bureau 107
Matane
G4W 3J2
Téléphone: (418) 562-4040
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 18$/an

Personnel de direction
Éditeur: Octave Lapointe
Directeur: Gilles Gagné

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 11 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Gilles Gagné

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité: Gilles Vigneault

Tarifs publicitaires
Carte No 51 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,35$ la ligne agate
Tarif local: 0,35$ la ligne agate
Avec contrat d'annonce, tarifs aux détaillants
N.B.: une page: 200 lignes x 6 colonnes: 420$

Escompte ou prix réduit
1 200 lignes et plus: 0,34$
2 400 lignes et plus: 0,33$
5 000 lignes et plus: 0,32$
10 000 lignes et plus: 0,31$
20 000 lignes et plus: 0,30$
30 000 lignes et plus: 0,29$
40 000 lignes et plus: 0,28$
50 000 lignes et plus: 0,27$
75 000 lignes et plus: 0,26$
100 000 lignes et plus: 0,25$
200 000 lignes et plus: 0,24$

Annonce couleur
125$ pour 1 couleur, en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Annonce politique (municipale, provinciale, fédérale): 0,35$ la ligne agate
Avis divers (appels d'offres, avis légaux, demande de soumission, etc): 0,35$ la ligne agate
Petites annonces: avant vendredi, 3 heures précédant l'édition du mercredi.
Si payé à l'avance 2$ pour 24 mots
0,05$ mots additionnels
1,75$ répétition sans changement
L'éditeur accepte les annonces classées par téléphone à 562-4040, moyennant, la somme de 2,50$.
Encarts publicitaires
4 pages ou moins: 0,044$
8 pages ou moins: 0,054$
12 pages ou moins: 0,06 $
16 pages ou moins: 0,066$
20 pages ou moins: 0,072$
24 pages ou moins: 0,078$
28 pages ou moins: 0,084$
32 pages ou moins: 0,09 $
36 pages ou moins: 0,094$
40 pages ou moins: 0,099$
Annonces renversées: 25$ en sus
Teinte « screen »: 15% en sus, 10$ minimum

Page ou position spécifiées
20% en sus du tarif de l'annonce, maximum 40$

Réservations et heures de tombée
L'heure limite de réservation d'espace publicitaire: 5 heures le vendredi précédant l'édition du mercredi.

Divers
La responsabilité du journal pour une erreur ou omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce. Toute réclamation doit être présentée dans les 72 heures suivant la publication.
L'éditeur se réserve le droit d'accorder une reprise (pas nécessairement de la même grandeur), selon l'importance de l'erreur.
Le tarif au détaillant ne peut s'appliquer dans le cas où l'annonceur publie des annonces tombant sous le tarif légal, politique ou national.
Traduction: 20% de plus

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
7 276

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% cumulatif
Matane	69,4	69,4
Gaspé-Ouest	20,2	89,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Matane	48,1
Sainte-Anne-des-Monts	10,3
Cap-Chat	6,0

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,6%

* À partir des données de la recension ABC du 26 mars 1980

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 70$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées: 3$ pour les 25 premiers mots et 0,10$ pour chaque mot additionnel
Renversé: 25% en sus
Trame: 15% en sus

Page ou position spécifiées
Pour une page garantie ou toute autre position non laissée à la discrétion de l'éditeur: 25% en sus

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de colonne: 210 lignes
Grandeur d'une page: 1260 lignes
Nombres de colonnes par page: 6
Repros: 10½ x 15

Gaspesie

440

L'AVIRON

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1962, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions de la Baie des Chaleurs Ltée
20, Duke
Campbellton (Nouveau-Brunswick)
E3N 3H1
Téléphone: (506) 753-7637
C.P. 637
Campbellton (Nouveau-Brunswick)
E3N 3H1
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an
États-Unis: 24$/an

Personnel de direction
Président-éditeur: Michel Desrosiers
Directeur: Marc Ouellette

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi midi

Personnel
Responsable de la rédaction: Esther Nadeau
Responsable de l'information: Judith Lacroix

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité: Denise Raymond
Publicitaire: Marc Ouellette

450

LE HAVRE

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions Chaleur Inc.
C.P. 910
Chandler
G0C 1K0
Téléphone: (418) 869-6686;
Télex: 051-8-6391
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15,60$/an; 28$/2 ans
États-Unis et autres pays: 25$/an

Personnel de direction
Directeur général: Roland Bellavance
Directeur administratif: Pierre Leroux

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi précédent

Personnel
Chef de la rédaction: Charles Rhéaume

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire national
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Représentant local
Groupe de Presse Bellavance Inc.
192, Saint-Germain est
Rimouski
G5L 1A8
Téléphone: (418) 723-4800
C.P. 410
Rimouski
G5L 7C4
Personnel
Directeur de la publicité: Georges Bérubé

Tarifs publicitaires
Carte de tarif local no 8 du Groupe Bellavance en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 13 du Havre en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,29$ la ligne agate
Tarif local: 0,25$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
3 000 lignes et plus: 0,22 $ la ligne agate
5 000 lignes et plus: 0,205$ la ligne agate
15 000 lignes et plus: 0,20 $ la ligne agate
25 000 lignes et plus: 0,195$ la ligne agate
40 000 lignes et plus: 0,19 $ la ligne agate
50 000 lignes et plus: 0,185$ la ligne agate
75 000 lignes et plus: 0,18 $ la ligne agate
90 000 lignes et plus: 0,175$ la ligne agate
Quatre (4) pages consécutives et plus dans la même édition (sans contrat): 0,175$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 60$ (local) (couleur du numéro en cours)
Noir plus 1 couleur: 125$ add. (national)
Noir plus 2 couleurs: 225$ add.
Noir plus 3 couleurs: 300$ add.

Catégories particulières d'annonces
Tarifs des circulaires et encarts publicitaires
4 feuilles/circulaire: 0,044$ la copie
8 feuilles/circulaire: 0,05 $ la copie
12 feuilles/circulaire: 0,055$ la copie
16 feuilles/circulaire: 0,06 $ la copie
20 feuilles/circulaire: 0,064$ la copie
24 feuilles/circulaire: 0,067$ la copie
28 feuilles/circulaire: 0,072$ la copie
32 feuilles/circulaire: 0,078$ la copie
36 feuilles/circulaire: 0,084$ la copie
40 feuilles/circulaire: 0,09 $ la copie
Note: ces prix ne sont valables que si le circulaire ou encart est daté et marqué au nom du journal, au moins sur sa première page. Les quantités sont basées d'après le « Press Run ».
Numéros ou cahiers spéciaux: 0,29$ la ligne agate
Petites annonces venant des particuliers
Les 20 premiers mots: 3$
Chaque mot additionnel: 0,15$
Encadrement (minimum): 9$
Grandeur maximum: 40 lignes agate
Avis publics
Municipal, scolaire,
provincial, fédéral: 0,29$ la ligne agate
Avis divers
Appels d'offres, avis légal,
demande de soumission: 0,29$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% de plus pour position garantie

Réservations et heures de tombée
Le vendredi précédant le jour de publication.
La copie d'annonce (vélox) doit parvenir au bureau du journal, avant midi, le lundi précédant la publication du journal.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas 4 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 7 colonnes
Toute annonce de 175 lignes et plus sera facturée à la pleine hauteur de la colonne.

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues
Paiement net en 30 jours, 1¾% d'intérêt par mois, après 30 jours.

Divers
La responsabilité du journal ne dépassera en aucun temps le montant de l'annonce.
Toute réclamation doit être présentée dans les 72 heures suivant la publication.
Annonces de spiritueux et de bière sujettes aux lois.
L'éditeur a droit de regard sur toute annonce.
Pour épreuves, le texte doit parvenir 10 jours avant la date de publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
6 782

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	*%*	*% cumulatif*
Gaspé-Est	84,4	84,4
Bonaventure	15,6	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	*%*
Chandler	26,3
Grande-Rivière	18,0
Percé	14,5
Pabos	9,8
Port-Daniel	7,9
Sainte-Germaine-de-l'Anse-aux-Gascons	7,7
Sainte-Thérèse-de-Gaspé	6,2

460

LE JOURNAL CHALEUR

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1975, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions Chaleur Inc.
C.P. 550
New-Richmond
G0C 2B0
Téléphone: (418) 392-5011;
Télex: 051-8-6391
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15,60$/an; 28$/2 ans
Étranger: 25$/an

Personnel de direction
Directeur général: Roland Bellavance
Directeur administratif: Pierre Leroux

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi précédent

Personnel
Chef de la rédaction: Alain Lavoie

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire national
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Représentant local
Groupe de Presse Bellavance Inc.
192, Saint-Germain est
Rimouski
G5L 1A8
Téléphone: (418) 723-4800
C.P. 410
Rimouski
G5L 7C4

Personnel
Directeur de la publicité: Georges Bérubé

Tarifs publicitaires
Carte de tarif local no 8 du Groupe Bellavance en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 7 du Journal Chaleur en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981.

Annonce courante
Tarif national: 0,31$ la ligne agate
Tarif local: 0,27$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
3 000 lignes et plus: 0,24 $ la ligne agate
5 000 lignes et plus: 0,22 $ la ligne agate
15 000 lignes et plus: 0,20 $ la ligne agate
25 000 lignes et plus: 0,195$ la ligne agate
40 000 lignes et plus: 0,19 $ la ligne agate
50 000 lignes et plus: 0,185$ la ligne agate
75 000 lignes et plus: 0,18 $ la ligne agate
90 000 lignes et plus: 0,175$ la ligne agate
Quatre (4) pages consécutives et plus dans la même édition (sans contrat): 0,175$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 60$ (local) (couleur du numéro en cours)
Noir plus 1 couleur: 125$ add. (national)
Noir plus 2 couleurs: 225$ add.
Noir plus 3 couleurs: 300$ add.

Catégories particulières d'annonces
Tarifs des circulaires et encarts publicitaires
4 feuilles/circulaire: 0,044$ la copie
8 feuilles/circulaire: 0,05 $ la copie
12 feuilles/circulaire: 0,055$ la copie

16 feuilles/circulaire: 0,060$ la copie
20 feuilles/circulaire: 0,064$ la copie
24 feuilles/circulaire: 0,067$ la copie
28 feuilles/circulaire: 0,072$ la copie
32 feuilles/circulaire: 0,078$ la copie
36 feuilles/circulaire: 0,084$ la copie
40 feuilles/circulaire: 0,09 $ la copie
Note: ces prix ne sont valables que si le circulaire ou encart est daté et marqué au nom du journal, au moins sur sa première page. Les quantités sont basées d'après le « Press Run ».
Numéros et cahiers spéciaux: 0,31$ la ligne agate
Petites annonces venant des particuliers
Les 20 premiers mots: 3$
Chaque mot additionnel: 0,15$
Encadrement (minimum): 9$
Grandeur maximum: 40 lignes agate
Avis publics
Municipal, scolaire,
provincial, fédéral: 0,31$ la ligne agate
Avis divers
Appels d'offres, avis légal,
demande de soumission: 0,31$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% de plus pour position garantie

Réservations et heures de tombée
Le vendredi précédant le jour de publication.
La copie d'annonce (vélox) doit parvenir au bureau du journal avant midi, le lundi précédant la publication du journal.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas 4 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 7 colonnes
Toute annonce de 175 lignes et plus sera facturée à la pleine hauteur de la colonne.

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues
Paiement net en 30 jours, 1¾% d'intérêt par mois, après 30 jours.

Divers
La responsabilité du journal ne dépassera en aucun temps le montant de l'annonce.
Toute réclamation doit être présentée dans les 72 heures suivant la publication.
Annonces de spiritueux et de bière sujettes aux lois.
L'éditeur a droit de regard sur toute annonce.
Pour épreuves, le texte doit parvenir 10 jours avant la date de publication.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
9 480

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%
Bonaventure	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
New-Richmond	15,0
Paspébiac	12,9
Bonaventure	8,9
Carleton	8,6
Maria	7,8
New-Carlisle	7,3
Nouvelle	5,9
Caplan	5,5

470

LE PHARILLON-VOYAGEUR

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1974, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions Pharillon Inc.
C.P. 1549
Gaspé
G0C 1R0
Téléphone: (418) 368-3242;
Télex: 051-8-6391
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15,60$/an; 28$/2 ans
À l'étranger: 25$/an

Personnel
Directeur général: Roland Bellavance
Directeur administratif: Pierre Leroux

INFORMATION

Moment de tombée
Le jeudi précédent

Personnel
Chef de la rédaction: Guy Marcotte

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire national
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Représentant local
Groupe de Presse Bellavance Inc.
192, Saint-Germain est
Rimouski
G5L 1A8
Téléphone: (418) 723-4800
C.P. 410
Rimouski
G5L 7C4

Personnel
Directeur de la publicité: Georges Bérubé

Tarifs publicitaires
Carte de tarif no 8 du Groupe Bellavance en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 17 du Pharillon-Voyageur en vigueur le 1er janvier 1981
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981.

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate
Tarif local: 0,26$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
3 000 lignes et plus: 0,23 $ la ligne agate
5 000 lignes et plus: 0,21 $ la ligne agate
15 000 lignes et plus: 0,20 $ la ligne agate
25 000 lignes et plus: 0,195$ la ligne agate
40 000 lignes et plus: 0,19 $ la ligne agate
50 000 lignes et plus: 0,185$ la ligne agate
75 000 lignes et plus: 0,18 $ la ligne agate
90 000 lignes et plus: 0,175$ la ligne agate
Quatre (4) pages consécutives et plus dans la même édition (sans contrat): 0,175$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 60$ (local) (couleur du numéro en cours)
Noir plus 1 couleur: 125$ add. (national)
Noir plus 2 couleurs: 225$ add.
Noir plus 3 couleurs: 300$ add.

Catégories particulières d'annonces
Tarifs des circulaires et encarts publicitaires
4 feuilles/circulaire: 0,044$ la copie
8 feuilles/circulaire: 0,05 $ la copie
12 feuilles/circulaire: 0,055$ la copie
16 feuilles/circulaire: 0,06 $ la copie
20 feuilles/circulaire: 0,064$ la copie
24 feuilles/circulaire: 0,067$ la copie
28 feuilles/circulaire: 0,072$ la copie
32 feuilles/circulaire: 0,078$ la copie
36 feuilles/circulaire: 0,084$ la copie
40 feuilles/circulaire: 0,09 $ la copie
Note: ces prix ne sont valables que si le circulaire ou encart est daté et marqué au nom du journal, au moins sur sa première page. Les quantités sont basées d'après le « Press Run ».
Numéros et cahiers spéciaux: 0,30$ la ligne agate
Petites annonces venant des particuliers
Les 20 premiers mots: 3$
Chaque mot additionnel: 0,15$
Encadrement (minimum): 9$
Grandeur maximum: 40 lignes agate
Avis publics
Municipal, scolaire,
provincial, fédéral: 0,30$ la ligne agate
Avis divers
Appels d'offres, avis légal,
demande de soumission: 0,30$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% de plus pour position garantie

Réservations et heures de tombée
Le vendredi précédant le jour de publication.
La copie d'annonce (vélox) doit parvenir au bureau du journal avant midi, le lundi précédant la publication du journal.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas 4 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 7 colonnes
Toute annonce de 175 lignes et plus sera facturée à la pleine hauteur de la colonne.

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues
Paiement net en 30 jours, 1¾% d'intérêt par mois, après 30 jours.

Divers
La responsabilité du journal ne dépassera en aucun temps le montant de l'annonce.
Toute réclamation doit être présentée dans les 72 heures suivant la publication.

Annonces de spiritueux et de bière sujettes aux lois.
L'éditeur a droit de regard sur toute annonce.
Pour épreuves, le texte doit parvenir 10 jours avant la date de publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
7 358

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%
Gaspé-Est	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Gaspé	73,5
Murdochville	14,7
Grande-Vallée	5,7

480

LE RADAR

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1972, publié le mercredi
Édité en français par L'Imprimerie Le Radar Inc.
C.P. 580
Cap-aux-Meules
Îles-de-la-Madeleine
G0B 1B0
Téléphone: (418) 986-2345
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement: 25$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Achille Hubert

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi précédant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction: Achille Hubert
Responsable de l'information: Louis-Marie Hubert

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone (514) 931-2501

Personnel
Responsables de la publicité: Jean-Eudes Boudreau
Achille Hubert

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,35$ la ligne agate

Annonce couleur
125$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas, 4 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 7

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
2 483

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%
Îles-de-la-Madeleine	88,7

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Cap-aux-Meules	30,3
Étang-du-Nord	19,7
Île du Havre-Aubert	16,0
Fatima	10,3
Havre-aux-Maisons	8,8

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,4%

* À partir des données de la recension ABC du 24 septembre 1980

Saguenay – Lac-Saint-Jean

490

L'ÉTOILE DU LAC

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1917, publié le mercredi
Édité en français par le Journal Étoile du Lac Enr.
840, Arthur
Roberval
G8H 2M7
Téléphone: (418) 275-2911

Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Saguenay-Lac-Saint-Jean, Chibougamau, Chapais: 18$/an
Ailleurs au Canada: 21$/an
Autres pays: 45$/an

Personnel de direction
Directeur: Robert Paradis

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 15 h

Personnel
Responsable de l'information et de la rédaction:
Robert Paradis

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Robert Paradis

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,35$ la ligne agate
Tarif local: 0,25$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Annonce avec contrat pour plus d'une édition
5 000 lignes et plus: 0,24$ la ligne agate
10 000 lignes et plus: 0,23$ la ligne agate
15 000 lignes et plus: 0,22$ la ligne agate
30 000 lignes et plus: 0,21$ la ligne agate
60 000 lignes et plus: 0,20$ la ligne agate
100 000 lignes et plus: 0,19$ la ligne agate
150 000 lignes et plus: 0,18$ la ligne agate
200 000 lignes et plus: 0,17$ la ligne agate
Dans les numéros spéciaux ou cahiers thématiques, un sou de plus que tout chiffre ci-dessus.

Annonce couleur
1 couleur: 100$
2 couleurs: 200$
3 couleurs: prix sur demande

Catégories particulières d'annonces
Avis divers: appel d'offres, avis légal, demande de soumissions etc., 0,33$ la ligne agate
Avis politiques: municipal, scolaire, provincial, fédéral, 0,33$ la ligne agate
Élections: élections ou consultation populaire au plan local, régional, provincial ou fédéral, qu'il s'agisse de candidat, parti, individu ou groupe constitués ou non en personne morale, (payable en espèces avant publication; avec signature de contrat): 0,33$ la ligne agate
Avis particuliers: avis et rapports, explications ou commentaires sur situation sociale, culturelle, économique, patronale-ouvrière, par individu ou groupe constitués ou non en personne morale (payables en espèces avant publication avec signature de contat): 0,33$ la ligne agate.

Avis de décès: avis ordinaire peu détaillé et sans photo, 7$
avis ordinaire « peu détaillé et avec photo », 12$
avis détaillé ou compte-rendu d'obsèques, « sans photo », 15$
avis détaillé ou compte-rendu d'obsèques, « avec photo », 20$
Remerciements pour condoléances:
avis ordinaire peu détaillé, « sans photo », 7$
avis ordinaire peu détaillé, « avec photo », 12$
avis détaillé « sans photo », 15$
avis détaillé « avec photo », 20$
Professions et services (cartes)
Contrat minimum par période de trois mois (13 semaines) sans changement.
Espace minimum 40 lignes agate: 7,20$
Espace maximum 150 lignes agate: 27$
Coût uniforme: 0,18$ la ligne agate, facturation au mois.
Clients exigeant un renversé: 25% de plus
Clients exigeant une photo dans sa carte d'affaires: 1,50$ de plus la photo par insertion.
Petites annonces, section commerciale, carrières et professions.
Petites annonces venant des particuliers: 3$ au 20e mot et plus, chaque mot additionnel: 0,10$ chacun
Avec encadrement, deux formats: 10$ et 15$
Petites annonces commerciales (cadre obligatoire)
Voir les tarifs aux détaillants, grandeur minimum, 80 lignes agate
Client exigeant un renversé: 25% de plus
1,50$ pour chaque photo et par insertion
Est considéré comme commercial: tout client qui achète, vend ou loue sur une base non occasionnelle
Carrières et professions: 0,33$ la ligne agate.
Encarts (format tabloïd ou plus petit)
4 pages ou moins: 0,05$
8 pages ou moins: 0,062$
12 pages ou moins: 0,069$
16 pages ou moins: 0,075$
20 pages ou moins: 0,083$
24 pages ou moins: 0,09$
28 pages ou moins: 0,097$
32 pages ou moins: 0,104$
36 pages ou moins: 0,11$
40 pages ou moins: 0,115$
N.B.: les prix sont pour le plein tirage. Les exemplaires devront parvenir à l'atelier d'imprimerie, le vendredi précédant la publication.

Page ou position spécifiées
25% de plus au client exigeant une position garantie.
Minimum: 20$ de plus par annonce.

Réservations et heures de tombée
Toute copie d'annonce (texte, illustration, prix des articles, logo) doit être rendue au bureau du journal, à Roberval, au plus tard, avant midi le lundi précédant la publication dans le journal.
Dans le cas où une épreuve est nécessaire, la copie d'annonce devra être rendue au bureau du journal au plus tard, à midi, le vendredi précédant la publication; l'épreuve corrigée ou approuvée doit arriver au bureau du journal, avant midi, le lundi précédant la publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 192 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Une page: 1 152 lignes agate

Modalités de paiements
Paiement net 30 jours, après la date de parution.
2% par mois, après 30 jours pour frais administratifs.

Divers
Un annonceur n'a droit au « tarif des détaillants », que lorsqu'il annonce et vend au consommateur des marchandises exposées dans un ou des magasins de la région et dont il est propriétaire.
Le tarif des détaillants s'applique à l'annonce coopérative des marchandises offertes par un groupe de détaillants de la région et payé exclusivement par eux.
Le format des annonces n'est pas inconditionnel; l'éditeur se réserve le droit d'en établir les normes qui, par définition, sont les mêmes pour tous les annonceurs.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
7 172

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Lac St-Jean Ouest	79,4	79,4
Lac St-Jean Est	8,5	87,9

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Roberval	26,4
St-Félicien	14,0

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,4%

* À partir des données de la recension ABC du 26 mars 1980

500

LE LAC SAINT-JEAN

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1941, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions du Lac Saint-Jean
525, avenue du Pont sud
Alma
G8B 2T9
Téléphone: (418) 668-4545
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Saguenay-Lac-Saint-Jean: 22$/an
Ailleurs au Canada: 27$/an
Amérique du Nord: 45$/an
Europe: 50$/an

Personnel de direction
Éditeur: Marcel Simard
Directeur général: René Maltais
Directeur de la publication: Gaston Martin

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 12 h

Personnel
Responsable de l'information: Vital Munger

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Gaston Martin

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,35$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 192 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
6 945

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%
Lac-St-Jean-Est	93,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Alma	61,2
Delisle	6,1
Saint-Bruno	5,5
Hébertville	5,4

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,8%

* À partir des données de la recension ABC du 26 mars 1980

510

LE POINT

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1976, publié le mercredi
Édité en français par Les Publications Dolbeau Inc.
1891, Sacré-Coeur
Dolbeau
G8L 2A4
Téléphone: (418) 276-5110
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
0,25$ chez les dépositaires
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Michel Larouche

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Martine Turcotte

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire national
Robert Bissonnette
231, Saint-Jacques, 10e étage
Montréal
H2Y 1M6
Téléphone: (514) 282-2100
(514) 282-2197

Représentant publicitaire local
Lawrence Gagnon

Personnel
Responsable de la publicité
Michel Larouche

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Noir et blanc: 0,35$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$

Catégories particulières d'annonces
Avis politiques: municipal, scolaire, provincial, fédéral: 0,35$ la ligne agate
Avis divers: appel d'offres, avis légal, demande de soumissions, etc: 0,35$ la ligne agate
Élections: élections ou consultation populaire au plan local, régional, provincial ou fédéral, qu'il s'agisse de candidat, parti, individu ou groupe constitués ou non en personne morale (payable en espèces avant publication; avec signature de contrat): 0,35$ la ligne agate.
Avis particuliers: avis et rapports, explications ou commentaires sur situation sociale, culturelle; économique, patronale-ouvrière: par individus ou groupes constitués ou non en personne morale – payables en espèces avant publication. (avec signature de contrat).: 0,35$ la ligne agate.
Petites anonces et section commerciale: petites annonces venant des particuliers les 20 premiers mots: 4$
Chaque mot additionnel: 0,15$
Encadrement (minimum): 14$
Grandeur maximum: 40 lignes agate
Illustrations: minimum de 10$ de plus par annonce 3$ pour chaque illustration (nouvelle).
Numéros ou cahiers spéciaux: Dans les numéros spéciaux ou dans les cahiers spécialisée: 0,35$ la ligne agate.
Encarts: 8 pages format tabloïd, pliées 55$
12 pages format tabloïd, pliées 60$
20 pages format tabloïd, pliées 65$
24 pages format tabloïd, pliées 70$
Pour un nombre de pages additionnelles, communiquer avec le directeur de la publicité.
Renversés: 25% de plus pour annonce exigeant un « renversé ».
Grisé ou teinte: minimum de 15$ de plus par annonce 15% de plus pour grisé, « trame » ou « teinte » (screen).

Page ou position spécifiées
Minimum de 10$ de plus par annonce, 25% de plus pour position garantie.

Réservations et heures de tombée
Toute copie d'annonce, texte, illustration, prix des articles, logo doivent parvenir au bureau du journal, au plus tard avant midi le vendredi précédant la publication dans le journal.
Dans le cas où une épreuve est nécessaire, la copie d'annonce devra être rendue au bureau du journal au plus tard à midi, le vendredi précédant la publication; l'épreuve corrigée ou approuvée doit arriver au bureau du journal avant midi, le lundi précédant la publication.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 195 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7
Une page: 1 365 lignes agate

Modalités de paiements
Frais de composition et montage: 0,02$ la ligne de frais de montage seront chargés en surplus sur toutes les annonces fabriquées par notre personnel. Minimum 3$
Commission aux agences reconnues: 15%
Crédit: 2% comptant, payable le 20 du mois suivant.
Paiement net, 30 jours; après 30 jours, intérêts de 1,5%.

Divers
Le format des annonces n'est pas inconditionnel; l'éditeur se réserve le droit d'en établir les normes qui, par définition, sont les mêmes pour tous les annonceurs.
Le tarif de l'annonce locale s'applique à l'annonce coopérative des marchandises offertes par un groupe de détaillants de la région et payée exclusivement par eux.

520

PROGRÈS-DIMANCHE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1889, publié le dimanche
Édité en français par Progrès du Saguenay Ltée
1051, boul. Talbot
Chicoutimi
G7H 4B5
Téléphone: (418) 545-4474
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,60$
Coût de l'abonnement
Région Saguenay-Lac-Saint-Jean: 20$/6 mois; 40$/an
Ailleurs au Canada: 25$/6 mois; 50$/an
Pays étangers: 41$/6 mois; 82$/an

Personnel de direction
Président directeur-général:
Gaston Vachon

INFORMATION
Moment de tombée
Samedi 23 h
Agence de presse:
PC, UPI, AFP
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur de la rédaction: Denis Tremblay
Directeur de l'information: Bertrand Genest

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité: Jean Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte No 25 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,70$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur:
200$ en sus du tarif d'une annonce courante
Noir et 2 couleurs:
325$ en sus du tarif d'une annonce courante
Noir et 3 couleurs:
425$ en sus du tarif d'une annonce courante
Process: 425$

Catégories particulières d'annonces
Avis municipal, local et gouvernemental: 0,75$ la ligne agate (frais de montage: 0,02$ la ligne)

Annonces politiques nationales: 0,70$ la ligne agate
Annonces genre texte: 0,75$ la ligne agate
Bandes illustrées: 0,70$ la ligne agate
Annonces classées: minimum 3$ (10 mots); 0,10$ le mot additionnel. Si l'annonce est encadrée: 1$ de plus.

Exigences minimales et maximales
Espace minimum: 1 colonne, 14 lignes, ensuite 14 lignes pour chaque colonne utilisée.
Espace maximum: toute annonce de 175 lignes et plus sera facturée à la pleine hauteur de colonne.

Réservations et heures de tombée
Jeudi 17 h précédant le jour de la publication. Pour épreuves, le texte doit parvenir 10 jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8,4 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7
Format de la page: 1 400 lignes (10¼ x 14)
Épreuves de reproduction requise
Sans aucun frais: l'éditeur diminuera les épreuves pour la largeur des colonnes.

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Intérêt de 1,5% est chargé pour tout compte passé dû.

Divers
Annonces de spiritueux et bière acceptées, sujettes aux lois provinciales.
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
47 162

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Chicoutimi	64,1	64,1
Lac-St-Jean-Ouest	15,2	79,3
Lac-St-Jean-Est	13,3	92,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalités	%
Chicoutimi	26,1
Jonquière	21,3
Alma	7,9
La Baie	6,8

* À partir des données de la recension ABC du 23 mars 1980

530

LE RÉVEIL À CHICOUTIMI

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1978, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions du Réveil Division du Groupe Québécor Inc.
749, Alma
Chicoutimi
G7H 4E7
Téléphone: (418) 545-3691
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Par la poste:
Au Saguenay: 25$/an
Ailleurs au Québec: 30$/an
Extérieur de la Province: 40$/an

Personnel de direction
Directrice générale: Christiane Bouchard

INFORMATION

Moment de tombée
Mardi 12 h

Personnel
Directeur de la rédaction et responsable de l'information: Marcel Martel

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur commercial: Normand Casaubon

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981 et carte du Réveil en vigueur le 15 octobre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,37$ la ligne agate
Tarif national combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie): 0,65$ la ligne agate
Tarif local: 0,325$ la ligne agate
Tarif local combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie): 0,555$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Réveil à Chicoutimi
2 400 lignes: 0,305$ la ligne agate
6 000 lignes: 0,285$ la ligne agate
18 000 lignes: 0,265$ la ligne agate
30 000 lignes: 0,255$ la ligne agate
60 000 lignes: 0,245$ la ligne agate
90 000 lignes: 0,235$ la ligne agate
120 000 lignes: 0,225$ la ligne agate
150 000 lignes: 0,225$ la ligne agate

Combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie)
2 400 lignes: 0,525$ la ligne agate
6 000 lignes: 0,505$ la ligne agate
18 000 lignes: 0,485$ la ligne agate
30 000 lignes: 0,465$ la ligne agate
60 000 lignes: 0,455$ la ligne agate
90 000 lignes: 0,445$ la ligne agate
120 000 lignes: 0,435$ la ligne agate
150 000 lignes: 0,425$ la ligne agate

Annonce couleur
Une couleur additionnelle: 125$ de plus.
Deux couleurs en plus: tarif sur demande

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux,
Soumissions et appels d'offres
Annonces politiques (payables avant publication)
Avis de faillite
Nominations
Cartes d'affaires: contrat minimum 3 mois maximum 50 lignes: 0,30$ la ligne agate (Réveil à Chicoutimi)
0,50$ la ligne agate (tarif combiné)
Avis de décès:
sans photo 10$
avec photo 15$
Traduction: pour toute annonce devant être traduite, il y aura des frais de 0,25$ la ligne en sus du tarif applicable.
Montage – composition: pour tout travail de photolitho (renversés, etc.): 0,02$ la ligne, minimum 10$.
Si une annonce est annulée, mais qu'un travail de composition montage a été effectué, des frais de 0,03$ la ligne agate (minimum 15$) seront facturés.
Annonces classées (15 mots): 3,50$
Mots additionnels: 0,10$
Encadrement en plus: 1$
Toute responsabilité pour une erreur ou une omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.
Encarts: format tabloïd

Nombre de pages	Coût au mille
8 pages et moins	50$
12 à 20 pages	55$
20 à 24 pages	60$
28 à 32 pages	65$
Plus de 32 pages	À soumettre

Page ou position spécifiées
Première page: bande couleur de 25 lignes par 2 colonnes: 1$ la ligne.
(Sur contrat accepté), 25% en plus du tarif applicable.

Réservations et heures de tombée
Aucune réservation ou annulation ne sera acceptée après 16 heures, le vendredi précédant la date de publication d'une annonce.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Divers
L'éditeur se réserve le droit de hausser les présents tarifs, sans aucun préavis. L'annonceur aura le privilège de résilier son contrat, si cette hausse ne lui convient pas.
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats.
En cas d'erreur, la responsabilité de l'éditeur ne se limite qu'à la partie de l'annonce non conforme.
Toute erreur devra être signalée avant le vendredi précédant la deuxième publication.

L'annonceur accepte de ne pas tenir l'éditeur responsable de la non publication éventuelle de toute annonce suivant les clauses contractuelles.
Tout matériel requis pour le montage d'une annonce doit parvenir chez l'éditeur aux frais du client.
Toute position garantie (section ou page) entraînera une surcharge de 25% au tarif applicable.
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.
Contrat accepté pour un maximum de 52 semaines.
Une charge minimum de 15$ sera faite pour toute annonce annulée après vendredi 16 heures.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
18 964

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%
Chicoutimi	90,3

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Chicoutimi	90,3

540

LE RÉVEIL À JONQUIÈRE

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1945, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions du Réveil Division du Groupe Québécor Inc.
73, du Pont
Jonquière
G7X 3M7
Téléphone: (418) 547-2601
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Par la poste:
Au Saguenay: 25$/an
Au Québec: 30$/an
Ailleurs: 40$/an

Personnel de direction
Éditrice et directrice générale:
Christiane Bouchard

INFORMATION
Moment de tombée
Mercredi 9 h

Personnel
Directeur de la rédaction et responsable de l'information: Marcel Martel

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur commercial: Normand Casaubon

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981 et carte du Réveil en vigueur le 15 octobre 1980.

Annonce courante
Tarif national: 0,37$ la ligne agate
Tarif national combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie): 0,65$ la ligne agate
Tarif local: 0,325$ la ligne agate
Tarif local combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie): 0,555$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Réveil à Jonquière
2 400 lignes: 0,305$ la ligne agate
6 000 lignes: 0,285$ la ligne agate
18 000 lignes: 0,265$ la ligne agate
30 000 lignes: 0,255$ la ligne agate
60 000 lignes: 0,245$ la ligne agate
90 000 lignes: 0,235$ la ligne agate
120 000 lignes: 0,225$ la ligne agate
150 000 lignes: 0,225$ la ligne agate

Combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie).
2 000 lignes: 0,525$ la ligne agate
6 000 lignes: 0,505$ la ligne agate
18 000 lignes: 0,485$ la ligne agate
30 000 lignes: 0,465$ la ligne agate
60 000 lignes: 0,455$ la ligne agate
90 000 lignes: 0,445$ la ligne agate
120 000 lignes: 0,435$ la ligne agate
150 000 lignes: 0,425$ la ligne agate

Annonce couleur
Une couleur additionnelle: 100$ et plus.
Deux couleurs en plus: tarif sur demande

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux,
Soumissions et appels d'offres
Annonces politiques (payables avant publication)
Avis de faillite
Nominations
Cartes d'affaire: contrat minimum 3 mois maximum: 50 lignes:
0,30$ la ligne agate (Réveil à Jonquière)
0,50$ la ligne agate (tarif combiné)
Avis de décès
sans photo: 10$
avec photo: 15$
Traduction: pour toute annonce devant être traduite, il y aura des frais de 0,25$ la ligne, en sus du tarif applicable.
Montage – composition: pour tout travail de photolitho (renversés, etc.): 0,02$ la ligne, minimum 10$.
Si une annonce est annulée, mais qu'un travail de composition montage a été effectué, une facture de 0,03$ la ligne (minimum 15$) sera faite.
Annonces classées: 15 mots 3,50$
Mots additionnels: 0,10$
Encadrement en plus: 1$
Toute responsabilité pour une erreur ou une omission, ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.
Encarts: format tabloïd

Nombre de pages	Coût au mille
8 pages et moins	50$
12 à 20 pages	55$
20 à 24 pages	60$
28 à 32 pages	65$
Plus de 32 pages	À soumettre

Page ou position spécifiées
Première page: bande couleur de 25 lignes par 2 colonnes: 1$ la ligne.
(Sur contrat accepté), 25% en plus du tarif applicable.

Réservations et heures de tombée
Aucune réservation ou annulation ne sera acceptée après 16 heures, le vendredi précédant la date de publication d'une annonce.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Divers
L'éditeur se réserve le droit de hausser les présents tarifs, sans aucun préavis. L'annonceur aura le privilège de résilier son contrat, si cette hausse ne lui convient pas.
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats.
En cas d'erreur, la responsabilité de l'éditeur ne se limite qu'à la partie de l'annonce non conforme.
Toute erreur devra être signalée avant le vendredi précédant la deuxième publication.
L'annonceur accepte de ne pas tenir l'éditeur responsable de la non publication éventuelle de toute annonce suivant les clauses contractuelles.
Tout matériel requis pour le montage d'une annonce doit parvenir chez l'éditeur aux frais du client.
Toute position garantie (section ou page) entraînera une surcharge de 25% au tarif applicable.
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.
Contrat accepté pour un maximum de 52 semaines.
Une charge minimum de 15$ sera faite pour toute annonce annulée après vendredi 16 heures.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
22 927

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%
Chicoutimi	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Jonquière	93,7

550

LE RÉVEIL À LA BAIE

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions du Réveil Division du Groupe Québécor Inc.
1222, 6e Avenue
La Baie
G7B 3P9
Téléphone: (418) 544-6882
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Par la poste:
Au Saguenay: 25$/an
Au Québec: 30$/an
Ailleurs: 40$/an

Personnel de direction
Éditrice et directrice générale:
Christiane Bouchard
Directeur: Noël Tremblay

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 15 h

Personnel
Directeur de la rédaction et responsable de l'information: Marcel Martel

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur commercial: Normand Casaubon

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect, en vigueur le 1er février 1981 et carte du Réveil en vigueur le 15 octobre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,26$ la ligne agate
Tarif national combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie): 0,65$ la ligne agate
Tarif local: 0,225$ la ligne agate
Tarif local combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie): 0,555$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Réveil à La Baie
2 400 lignes: 0,205$ la ligne agate
6 000 lignes: 0,185$ la ligne agate
18 000 lignes: 0,165$ la ligne agate
30 000 lignes: 0,155$ la ligne agate
60 000 lignes: 0,145$ la ligne agate
90 000 lignes: 0,135$ la ligne agate
120 000 lignes: 0,125$ la ligne agate
150 000 lignes: 0,125$ la ligne agate

Combiné (Chicoutimi, Jonquière, La Baie).
2 000 lignes: 0,525$ la ligne agate
6 000 lignes: 0,505$ la ligne agate
18 000 lignes: 0,485$ la ligne agate
30 000 lignes: 0,465$ la ligne agate
60 000 lignes: 0,455$ la ligne agate
90 000 lignes: 0,445$ la ligne agate
120 000 lignes: 0,435$ la ligne agate
150 000 lignes: 0,425$ la ligne agate

Annonce couleur
Une couleur additionnelle: 100$ et plus.
Deux couleurs en plus: tarif sur demande

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux,
Soumissions et appels d'offres
Annonces politiques (payables avant publication)
Avis de faillite
Nominations
Cartes d'affaires: contrat minimum 3 mois maximum 50 lignes:
0,25$ la ligne agate (Réveil à La Baie)
0,50$ la ligne agate (tarif combiné)
Avis de décès
sans photo: 10$
avec photo: 15$
Traduction: pour toute annonce devant être traduite, il y aura des frais de 0,25$ la ligne en sus du tarif applicable.
Montage – composition: pour tout travail de photolitho (renversés, etc.): 0,02$ la ligne, minimum 10$.
Si une annonce est annulée, mais qu'un travail de composition montage a été effectué, une facture de 0,03$ la ligne (minimum 15$ sera faite.
Annonces classées 15 mots: 3,50$
Mots additionnels: 0,10$
Encadrement en plus: 1$
Toute responsabilité pour une erreur ou une omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.
Encarts: format tabloïd

Nombre de pages	Coût au mille
8 pages et moins	50$
12 à 20 pages	55$
20 à 24 pages	60$
28 à 32 pages	65$
Plus de 32 pages	À soumettre

Page ou position spécifiées
Première page: bande couleur de 25 lignes par 2 colonnes, 1$ la ligne.
(Sur contrat accepté), 25% en plus du tarif applicable.

Réservations et heures de tombée
Aucune réservation ou annulation ne sera acceptée après 16 heures, le vendredi précédant la date de publication d'une annonce.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Divers
L'éditeur se réserve le droit de hausser les présents tarifs, sans aucun préavis. L'annonceur aura le privilège de résilier son contrat si cette hausse ne lui convient pas.
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats.
En cas d'erreur, la responsabilité de l'éditeur ne se limite qu'à la partie de l'annonce non conforme.
Toute erreur devra être signalée avant le vendredi précédant la deuxième publication.
L'annonceur accepte de ne pas tenir l'éditeur responsable de la non publication éventuelle de toute annonce suivant les clauses contractuelles.
Tout matériel requis pour le montage d'une annonce doit parvenir chez l'éditeur aux frais du client.
Toute position garantie (section ou page) entraînera une surcharge de 25% au tarif applicable.
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.
Contrat accepté pour un maximum de 52 semaines.
Une charge minimum de 15$ sera faite pour toute annonce annulée après vendredi 16 heures.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
8 221

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%
Chicoutimi	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
La Baie	83,3

560

LA SENTINELLE DE CHIBOUGAMAU-CHAPAIS

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1956, publié le mercredi
Édité en français par la Sentinelle de Chibougamau-Chapais Inc.
329, 3e Rue
Chibougamau
G8P 1N4
Téléphone: (418) 748-6406
C.P. 250
Chibougamau
G8P 2K7
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/6 mois; 24$/an
Pays étrangers: 13$/6 mois; 26$/an

Personnel de direction
Éditeur et président: Élie Toupin

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef: Guy Tremblay

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Jean-Yves Ayotte

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981 et carte No 14 de la Sentinelle en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,28$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,30$ la ligne agate
Annonce politique: 0,30$ la ligne agate
Matière à lire: 0,30$ la ligne agate
Annonces classées: 2$ (25 mots)

Page ou position spécifiées
10% en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Vendredi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Matériel: repros

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Paiement net: 30 jours, 1½% d'intérêt après échéance

Divers
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
2 832

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%
Abitibi	96,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Chibougamau	76,4
Chapais	19,6

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,4%

* À partir des données de la recension ABC du 26 mars 1980

Québec
Québec métropolitain et Rive-Nord

570

ADSUM

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1972, publié le mercredi
Édité en français par la Gestion des Fonds non publics
Édifice 500, bureau 234
B.F.C.
Valcartier, Courcelette
G0A 1R0
Téléphone: (418) 844-5598
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 7$/an

Personnel de direction
Responsable: F. Richard, CD

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef: Capt. D. Pépin
Responsable de l'information: M. Nick Thibeault

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Renée Lapointe

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er juin 1979

Annonce courante
Tarif national: 0,26$ la ligne agate
Tarif local: 0,22$ jusqu'à 1 200 lignes agate

Escompte ou prix réduit
1 201 à 2 400 lignes agate: 0,21$
2 401 à 5 000 lignes agate: 0,20$
5 001 lignes agate et plus: 0,19$

Annonce couleur
Couleur du journal:
75$ en sus du tarif d'une annonce courante
Couleur au choix de l'annonceur:
150$ en sus du tarif d'une annonce courante

Page ou position spécifiées
Aucune position assurée

Réservations et heures de tombée
Vendredi, date limite pour la réception du matériel

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Nombre de lignes agate dans une page: 1 200
Impression: offset

580

L'APPEL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1945, publié le mercredi
Édité en français par L'Appel Inc.
2715, Restigouche
Québec
G1V 1E3
Téléphone: (418) 651-7944
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Président-éditeur: Henri-Paul Gauvin

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Henri-Paul Gauvin

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Henri-Paul Gauvin

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
0,80$ la ligne agate

590

LE COURRIER DE PORTNEUF

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mardi
Édité en français par Le Courrier de Portneuf Inc.
274, Notre-Dame
Donnacona
G0A 1T0
Téléphone: (418) 285-0211
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 25$/an
États-unis: 35$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean Provencher

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Directrice de l'information: Manon Lavoie

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Jean Provencher

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect du Québec en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,40$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Carte de tarifs locaux en vigueur le 1er janvier 1981.

Annonce courante
Tarif local: 0,28$ la ligne agate.

Escompte ou prix réduit
Tarif local:

1 à	600 lignes	0,28$ la ligne
601 à	1 200 lignes	0,27$ la ligne
1 201 à	6 000 lignes	0,26$ la ligne
6 001 à	15 000 lignes	0,25$ la ligne
15 001 à	30 000 lignes	0,24$ la ligne
30 001 à	45 000 lignes	0,23$ la ligne
45 001 à	60 000 lignes	0,22$ la ligne
60 001 à	100 000 lignes	0,21$ la ligne
100 001 à	150 000 lignes	0,20$ la ligne
150 001 et plus		0,19$ la ligne

Annonce couleur
Couleurs 1 page: 75$
2 pages: 125$
4 pages: 200$
8 pages: 350$

Catégories particulières d'annonces
Annonces gouvernementales 0,45$ la ligne agate
Appels d'offres: 0,45$ la ligne agate
Avis publics: 0,45$ la ligne agate
Annonces classées: 2$ (20 mots)

Page ou position spécifiées
Annonces en première page (sur approbation): 0,95$ la ligne.
Annonces en page 3 (maximum 300 lignes): 0,60$ la ligne.

Réservations et heures de tombée
Heure de tombée pour les demandes d'insertion: vendredi, 12h

Précisions typographiques
Largeur de colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
Commission: 15%, net 30 jours.

Divers
Toutes les annonces sont sujettes à l'approbation de l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
18 500

Organisme de certification de tirage
ODC

600

L'HEBDO DE PORTNEUF

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1937, publié le lundi
Édité en français par L'Hebdo de Portneuf Ltée
15, de Courval
Neuville
G0A 2R0
Téléphone: (418) 876-2456
C.P. 220
Neuville
G0A 2R0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement: 10$/an

Personnel de direction
Directrice: Lise Chalifour

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Rédactrice en chef: Diane Paquet

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Pierre Châteauvert

Tarifs publicitaires
En vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,38$ la ligne agate
Tarif local: 0,30$ la ligne agate

610

LE MERCREDI SOIR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1979, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions Le Mercredi Soir Enr.
C.P. 70
Val-Bélair
G0A 4T0
Téléphone: (418) 843-4173
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur: Jean Gervais

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi précédant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction:
Jean Gervais

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Jean Gervais

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 2 janvier 1981

Annonce courante
Tarif local:

0 à	500 lignes agate	0,35$
501 à	1 000 lignes agate	0,34$
1 001 à	2 000 lignes agate	0,33$
2 001 à	3 000 lignes agate	0,31$
3 001 à	5 000 lignes agate	0,29$
5 001 à	10 000 lignes agate	0,27$
10 001 et plus	lignes agate	0,25$

Tarif national: 0,45$ la ligne agate

Annonce couleur
1re page: 0,80$ la ligne agate
Dernière page: 0,88$ la ligne agate
Pages centrales: 0,85$ la ligne agate
Autres: tarif fourni sur demande
(sur réservation à l'avance)

Catégories particulières d'annonces
Encarts: chaque copie 0,04$ ou 0,045$ la ligne agate

Réservations et heures de tombée
L'annonceur doit remettre son matériel publicitaire au plus tard, le jeudi précédant la parution.

620

PLEIN JOUR SUR CHARLEVOIX

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1974, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions Nordiques Inc.
Division du Groupe Québécor Inc.
15, 2e Avenue
Forestville
G0T 1E0
Téléphone: (418) 665-6121
C.P. 760
Forestville
G0T 1E0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directeur de la publication:
Charles Warren
Directeur général régional:
Paul Brisson

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi soir

Personnel
Directeur de l'information:
Denis Gauthier

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Charles Warren

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national, 0,32$ la ligne agate
Tarif local, 0,22$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
5 000 à 9 999 lignes: 0,19$
10 000 à 14 999 lignes: 0,18$
15 000 à 24 999 lignes: 0,17$
25 000 à 49 999 lignes: 0,16$
50 000 à 99 999 lignes: 0,15$
100 000 à 199 999 lignes: 0,14$

Annonce courante
100$ par page, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
10 600

Organisme de certification de tirage
ODC

630

QUÉBEC CHRONICLE-TELEGRAPH

AMRAQ

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1764, publié le mercredi
Édité en anglais par Québec Chronicle-Telegraph Inc.
980, Holland
Québec
G1S 3T1
Téléphone: (418) 527-2591
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/52 sem.; 6,50$/26 sem.
Hors Canada: 24$/52 sem.; 13$/26 sem.

Personnel de direction
Éditeur: Robert Dawson
Directeur: David Cannon

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Dave Johanson

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité et des ventes:
Robert Ostiguy
Représentant des ventes:
Marc Jalbert

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Tarif de base
1 parution: 0,30$ la ligne agate
13 semaines: 0,28$ la ligne agate
26 semaines: 0,26$ la ligne agate
52 semaines: 0,25$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
5 000 à 10 000 lignes: 0,28$ la ligne agate
10 000 à 25 000 lignes: 0,26$ la ligne agate
25 000 lignes et plus: 0,25$ la ligne agate

Annonce couleur
Grandeur minimum de 600 lignes agate. Ce tarif s'applique aussi aux annonces de moins de 600 lignes
Noir et 1 couleur: supplément de 100$
Noir et 2 couleurs: supplément de 150$
Noir et 3 couleurs: supplément de 185$

Catégories particulières d'annonces
Cahiers publicitaires
Tarif de base: 250$
Supplément:
10$ par page tabloïd
20$ par page complète
Annuaire d'affaires
Tarif de base: 10$ par parution
Minimum: 4 parutions
Cahiers touristiques
Tarif de base: 50$ par parution dans la page restauration
Ailleurs dans le cahier Bonjour Québec, le tarif est de 0,30$ la ligne agate
Un minimum de 10 semaines consécutives est exigé

Réservations et heures de tombée
Aucune annulation, ni réservation ne seront acceptées dans les 48 heures précédant la date de publication d'une annonce
Pour tout travail de composition, le matériel doit parvenir le vendredi avant publication

Divers
Pour toute traduction, un supplément de 0,05$ la ligne agate s'applique.
La traduction est facturée sur le lignage total de l'annonce.
L'éditeur se réserve le droit de hausser les présents tarifs sans préavis. L'annonceur aura le privilège de résilier son contrat, si cette hausse ne lui convient pas.
En cas d'erreur, la responsabilité de l'éditeur ne se limite qu'à la partie de l'annonce non conforme.
Toute erreur devra être signalée avant la deuxième parution.
L'annonceur accepte de ne pas tenir l'éditeur responsable de la non publication éventuelle de toute annonce, quelle qu'en soit la cause.
Contrat accepté pour un minimum d'un an

631

LE RÉVEIL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par l'Imprimerie Le Réveil Saint-Raymond (1979) Inc.
171, Saint-Pierre
Saint-Raymond
G0A 4G0
Téléphone: (418) 337-6757
Format: 8½ x 11 (feuilles brochées)
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement: 12$/an; 6,25$/6 mois

Personnel de direction
Directrice: Micheline Plamondon

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 16 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Micheline Plamondon

PUBLICITÉ

Tarifs publicitaires

Annonce courante
34,50$ la page
20$ la demi-page

Catégories particulières d'annonces
Cartes d'affaires: 5$

Quebec
Rive-Sud

640

BEAUCE MÉDIA

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1980, publié le mardi
Édité en français par Beauce Média Inc.
164, Notre-Dame sud
Sainte-Marie
G0S 2Y0
Téléphone: (418) 387-8000
C.P. 400
Sainte-Marie
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Propriétaire: Jean Audet
Président: Hervé Lessard

INFORMATION
Moment de tombée
Le samedi précédant la parution

Personnel
Responsable de l'information:
Pierre-Yvon Bégin

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur des ventes: Jean Audet

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

650

BEAUCE NOUVELLE

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1968, publié le mardi
Édité en français par les Éditions Barbeau Inc.
(Filiale des Éditions Chaudet Inc.)
12 625, 1re Avenue
Saint-Georges-Est
G5Y 2E4
Téléphone: (418) 228-3634
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directeur général: Yvon Roy

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi précédant la publication

Personnel
Directeur de l'information:
Louis-Pierre Côté

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité:
Jean Barbeau

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,39$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
19 500

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	% *cumulatif*
Beauce	84,7	84,7
Dorchester	8,9	93,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Saint-Georges	42,8
Beauceville	12,3
Saint-Joseph	8,3
Saint-Prosper	5,2

660

COURRIER-FRONTENAC

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mardi
Édité en français par Les Publications Servex Inc.
71, Saint-Alphonse ouest
Thetford-Mines
G6G 5T6
Téléphone: (418) 338-3157
C.P. 789
Thetford-Mines
G6G 5V3
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement
Canada: 25$/an
À l'extérieur: 30$/an

Personnel de direction
Directeur général: Lucyl B. Vachon

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Directeur de la rédaction: Jean Roy

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité:
Louis Saint-Laurent

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,37$ la ligne agate

Annonce couleur
125$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante (réservations 1 semaine à l'avance)

Catégories particulières d'annonces
Matière à lire: 0,37$ la ligne agate
Annonce politique: fédérale, provinciale, municipale 0,37$ la ligne agate
Annonces classées: 0,35$ la ligne agate minimum: 5$ (15 mots).

Page ou position spécifiées
25% de plus

Exigences minimales et maximales
Espace minimum: 1 colonne, 14 lignes, ensuite 14 lignes par chaque colonne utilisée.

Réservations et heures de tombée
Mercredi précédant le jour de publication.
Pour épreuves, le texte doit parvenir 10 jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Épreuves de reproduction requises

Modalités de paiements
Net 30 jours, intérêt mensuel, 2% sur compte passé dû.
Commission à l'agence: 15%

Divers
Annonces de spiritueux et de bière sujette aux lois.
L'éditeur a droit de regard sur toute annonce.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
18 414

Organisme de certification de tirage
ODC

670

L'ÉCLAIREUR-PROGRÈS

ABC/AHR

DENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1908, publié le mercredi
Édité en français par J.E.P. Inc.
2 625, 1re Avenue est
Saint-Georges
G5Y 2E2
Téléphone: (418) 228-8858
C.P. 158
Saint-Georges
G5Y 5C4
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an; 7$/6 mois
États-Unis et autres pays: 16$/an; 22$/6 mois

Personnel de direction
Président: André Bolduc
Directeur général: Yvon Roy

INFORMATION
Personnel
Directeur de l'information: Paul-André Parent

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité: Laurian Turcotte

Tarifs publicitaires
Carte No 81 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,39$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,39$ la ligne agate
Politique: 0,39$ la ligne agate
Matière à lire: 0,39$ la ligne agate
Annonces classées: 2$ (ordinaire) le pouce
Annonces classées: 3$ encadrée, le pouce

Page ou position spécifiées
25% de plus

Réservations et heures de tombée
Vendredi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Format 10¼" x 14¼" – tabloïd
Impression: offset
Repros

Modalités de paiements
Commission 15%
Net 30 jours; comptant payé avec le bon d'insertion, escompte de 5%.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
11 673

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Beauce	69,4	69,4
Dorchester	13,2	82,6
Frontenac	7,3	89,9

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Saint-Georges (zone urbaine)	33,4
Beauceville	8,5

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,4%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

680

LE GUIDE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1930, publié le mardi
Édité en français par Le Guide Inc.
1130, Notre-Dame
Sainte-Marie
G0S 2Y0
Téléphone: (418) 387-5408
C.P. 100
Sainte-Marie
G0S 2Y0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an
À l'étranger: 15$/an

Personnel de direction
Éditrice: Ursule Thomas

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef: Bernard Carrier

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Gérant de la publicité: Richard J. Rhéaume

Tarifs publicitaires
Carte No 81 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981 et carte de tarif local du Guide en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,34$ la ligne agate
Tarif local: 0,18$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
National:
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes
Local:
0 à 1 199 lignes: 0,17 $ la ligne agate
1 200 à 14 999 lignes: 0,165$ la ligne agate
15 000 à 29 999 lignes: 0,155$ la ligne agate
30 000 à 49 999 lignes: 0,145$ la ligne agate
50 000 à 69 999 lignes: 0,135$ la ligne agate
70 000 à 119 999 lignes: 0,13 $ la ligne agate
120 000 lignes et plus: 0,12 $ la ligne agate

Annonce couleur
Tarif national:
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Quadrichromie: 400$
Tarif local:
Noir et 1 couleur: 30$

Catégories particulières d'annonces
Annonce renversée: 25% de plus (minimum 10$)
Avis public: 0,21$ la ligne
Annonce légale: 0,22$ la ligne
Carrières et professions, appels d'offres: 0,21$ la ligne
Encarts:
4 pages et moins: 0.04$
8 pages 0,05$
12 pages 0,06$
16 pages 0,07$
Circulaires faites par le service d'impression: prix sur demande.

Page ou position spécifiées
Position assurée: 25% de plus (minimum 10$)
Dos de section: 25$ de plus
Page centrale: 25$ de plus

Réservations et heures de tombée
L'annonceur s'engage à fournir le matériel publicitaire (textes, repros, illustrations, etc.) et à respecter les heures de tombée du journal, lesquelles sont le vendredi à 16h30.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Hauteur de la page: 1 200 lignes agate
Matériel requis: repros

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Paiement net en 30 jours
1½% de frais d'administration par mois, après 30 jours.

Divers
Toutes les annonces fournies par le client annonceur seront sujettes à l'acceptation du journal.
Advenant une erreur dans la composition du texte de l'annonce, le journal s'engage à reproduire la partie de l'annonce en erreur.
La responsabilité du journal ne dépassera, en aucun temps, le montant de l'annonce. Toute réclamation doit être présentée dans les 72 heures suivant la publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 31 mars 1980
6 949

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Beauce	48,2	48,2
Dorchester	21,5	69,7
Lotbinière	10,3	80,0
Lévis	7,1	87,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Sainte-Marie	33,0
St-Lambert	6,4
Saint-Isidore	6,3
Saint-Bernard	5,8
Sainte-Hénédine	5,0

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,6%

* À partir des données de la recension ABC du 26 décembre 1979

690

LE PEUPLE-COURRIER

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1900, publié le mercredi
Édité en français par Les Publications Le Peuple Inc.
1, place de l'Église, bureau 100
Montmagny
G5V 2L9
Téléphone: (418) 248-0415
C.P. 430
Montmagny
G5V 3S7
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,45$
Par camelot: 0,45$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/6 mois; 18$/an; 30$/2 ans
Autres pays: 60$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean-Paul Cloutier
Directeur général: Thomas Tremblay

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 16 h

Personnel
Responsable de la rédaction et directeur de l'information: Claude Marchand

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité:
Thomas Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte No 81 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,39$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes et plus

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Quadrichromie: 400$

Page ou position spécifiées
25% en surplus

Réservations et heures de tombée
Jeudi 16 h

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas, 4 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7
Matériel requis: repros (velox)

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
10 872

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Montmagny	42,9	42,9
L'Islet	31,5	74,4
Kamouraska	10,4	84,8
Bellechasse	9,3	94,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Montmagny (zone urbaine)	26,3
St-Jean-Port-Joli	5,6
La Pocatière	5,3
L'Islet	5,3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,4%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

700

PEUPLE DE LA CHAUDIÈRE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1980, publié le mercredi
Édité en français au 845, Marie-Victorin, local 27
Saint-Nicolas est
G0S 2L0
Téléphone: (418) 831-0344
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 15$/an; 27$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur et directeur général:
Jean-Paul Cloutier

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi soir

Personnel
Rédacteur en chef: Yvan Jaque

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Roland Garneau

710

LE PEUPLE-HEBDO DE LOTBINIÈRE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français au 1207, Principale
Saint-Agapit
G0S 1Z0
Téléphone: (418) 888-3926
C.P. 190
Saint-Agapit
G0S 1Z0
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement:
10$/6 mois; 15$/an; 27$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur et directeur général:
Jean-Paul Cloutier

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Yvan Jaque

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité:
Gaétan Charest

720

PEUPLE-TRIBUNE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1975, publié le mercredi
Édité en français par les Publications le Peuple Inc.
11, avenue Bégin
Lévis
G6V 6R8
Téléphone: (418) 833-1225
C.P. 1216
Lévis
G6V 6R8
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,45$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/6mois; 18$/an; 30$/2 ans
Autres pays: 60$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean-Paul Cloutier
Directeur général: Claude Vien

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Directeur de l'information:
Jean Bouchard

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité: Claude Vien

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,36$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Applicable seulement à l'annonce locale pour le commerce au détail

Annonce couleur
125$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,36$ la ligne agate
Annonces classées: 3,50$ pour 15 mots
Encarts publicitaires (tabloïd)
4 pages: 0,044$ l'unité
8 pages: 0,054$ l'unité
12 pages: 0,060$ l'unité
16 pages: 0,066$ l'unité
20 pages: 0,072$ l'unité
24 pages: 0,078$ l'unité
28 pages: 0,084$ l'unité
32 pages: 0,090$ l'unité
36 pages: 0,094$ l'unité
40 pages: 0,098$ l'unité
44 pages: 0,102$ l'unité
48 pages: 0,106$ l'unité
52 pages: 0,109$ l'unité
56 pages: 0,112$ l'unité
60 pages: 0,115$ l'unité
64 pages: 0,118$ l'unité

Page ou position spécifiées
Position exigée: coût majoré de 25%

Réservations et heures de tombée
Jeudi 16 h

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas, 4 points
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15% (allouée aux agences reconnues)
Escompte 2% (sur paiement complet 10 jours de la date de facturation)
Aucune commission n'est allouée sur les encarts

Divers
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
8 366

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Lévis	74,2	74,2
Bellechasse	16,7	90,9

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Lévis (zone urbaine)	49,9
Saint-Romuald	8,1

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,2%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

730

LE PROGRÈS-CARROUSEL DE THETFORD

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1935, publié le mardi
Édité en français par les Éditions de Thetford Inc.
927, Notre-Dame nord
Thetford-Mines
G6G 2T3
Téléphone: (418) 335-2923
C.P. 699
Thetford-Mines
G6G 5V1
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit dans la région de l'amiante
Coût de l'abonnement
Par la poste:
Canada 12$/an
États-Unis 25$/an

Personnel de direction
Éditeur: Georges Larochelle
Directrice: Lise Larochelle

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi

Personnel
Directeur de la rédaction:
Georges Larochelle
Responsable de l'information:
Daniel Richard

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Bertrand Gingras (335-5995)

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,38$ la ligne agate
Tarifs de contrat sur demande

750

LA VALLÉE DE LA CHAUDIÈRE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1932, publié le mercredi
Édité en français par l'Imprimerie Poulin Ltée
954, avenue du Palais
Saint-Joseph-de-Beauce
G0S 2V0
Téléphone: (418) 397-5796
C.P. 130
Saint-Joseph-de-Beauce
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 8$/an
États-Unis et autres pays: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: Gérard Poulin
Directeur: André Poulin

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef: Gérard Poulin
Responsable de l'information:
André Poulin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 391-2501

Personnel
Responsable de la publicité:
André Poulin

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
3 924

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Beauce	73,9	73,9
Dorchester	8,3	82,2
Québec	4,9	87,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Saint-Joseph-de-Beauce	35,0

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,7%

* À partir des données de la recension ABC du 28 mars 1979

760

LA VOIX DU SUD

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1961, publié le mardi
Édité en français par Les Journaux Associés S.F. Inc.
333, 3e Avenue
Lac-Etchemin
G0R 1S0
Téléphone: (418) 625-7471
C.P. 400
Lac-Etchemin
G0R 1S0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Dans la région: 9$/an
Hors de la région: 18$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Michel Bégin

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 8 h

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information:
André Poulin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité:
Margot Maheux

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
4 456

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Dorchester	77,8	77,8
Bellechasse	14,5	92,3

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Lac Etchemin	22,9
Sainte-Justine	9,2
Saint-Léon-de-Standon	8,3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,6%

* À partir des données de la recension ABC du 24 juin 1980

Trois-Rivieres Mauricie

770

LE DYNAMIQUE DE LA MAURICIE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1964, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions Dynamiques Inc.
363, Dumoulin
Saint-Tite
G0X 3H0
Téléphone: (418) 365-6262
C.P. 520
Saint-Tite
G0X 3H0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,20$
Coût de l'abonnement
Canada: 6$/an; 16$/3 ans
États-Unis: 15$/an

Personnel de direction
Présidente: Lise Léveillé

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Jean Rheault

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Lise Léveillé

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur depuis le 1er juin 1979

Annonce courante
Tarif national: 0,20$ la ligne agate

Annonce couleur
50$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Annonces politiques gouvernementales, municipales, avis juridiques: 0,22$ la ligne agate

Réservations et heures de tombée
Vendredi 17 h

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 1⅝ pouce
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Page complète: 1 200 lignes agate
Grandeur de page: 13½" x 13⅜"
Caractère d'impression: 10 points
Type de matériel: repros
Impression: offset

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
2% d'intérêt pour un compte passé dû

780

L'ÉCHO DE LA TUQUE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français au 529, Saint-Louis
La Tuque
G9X 2X3
Téléphone: (819) 523-4575
C.P. 310
La Tuque
G9X 3P3
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement:
à l'extérieur seulement 12$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean Trépanier

INFORMATION
Abonné à Telbec

Moment de tombée
Le lundi matin

Personnel
Responsable de la rédaction: Odette Todd
Directeur de l'information: André Mercier

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité:
Jacques Perron

Tarifs publicitaires
Carte No 81 (Hebdos A-1) en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,29$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 192 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Net: 30 jours

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
3 260

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Champlain	94,8	94,8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
La Tuque	93,7

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,6%

* À partir des données de la recension ABC du 26 septembre 1979

790

L'ÉCHO DE LOUISEVILLE/ BERTHIER

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1921, publié le mercredi
Édité en français par L'Imprimerie Gagné Ltée
80, Saint-Martin
Louiseville
J5V 1B4
Téléphone: (819) 228-5532
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/6 mois; 19$/an
Autre pays: 38$/an
À la semaine, par camelot: 0,40$

Personnel de direction
Éditeur: J. Pierre Gagné

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi midi

Personnel
Rédacteur en chef: J. Paul Plante

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité:
François Normandeau

Tarifs publicitaires
Carte No 81-1 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,35$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Carte de tarifs locaux en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante
Tarif local: 0,30$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Annonce, avec contrat, et dont le lignage total se répartit sur au moins 6 éditions.

	Local $	Régional $
1 200 lignes agate et plus	0,24	0,27
5 000 lignes agate et plus	0,23	0,26
10 000 lignes agate et plus	0,22	0,25
15 000 lignes agate et plus	0,21	0,24
25 000 lignes agate et plus	0,20	0,23
40 000 lignes agate et plus	0,19	0,22
60 000 lignes agate et plus	0,18	0,21
100 000 lignes agate et plus	0,17	0,20

Dans les numéros spéciaux ou cahiers spéciaux: 0,01$ de plus que tout chiffre promis par contrat ci-dessus.
Escompte de 15% pour répétition, sans changement, semaine consécutive.

Annonce couleur
95$ de plus par couleur, dans une page ou une partie de page.

Catégories particulières d'annonces
Avis politique ou administratif, municipal, scolaire, provincial ou fédéral: 0,35$ la ligne agate
Avis divers, appel d'offres, avis légal, avis au public: 0,35$ la ligne agate
Avis particuliers: avis, rapports, opinions, explications ou commentaires sur situation sociale, culturelle, économique, patronale, syndicale, qu'il s'agisse d'un individu ou d'un groupe constitué ou non en personne morale: 0,35$ la ligne agate.
Payables en espèces avant publication.
Signature d'un contrat, même pour une seule publication.
Élections: élections ou consultations au plan local, régional, provincial ou fédéral; qu'il s'agisse d'un parti, d'un candidat, d'un individu ou d'un groupe constitué ou non, en personne morale: 0,35$ la ligne agate.
Signature d'un contrat, même pour une seule publication.
Payable en espèces avant publication, sauf si la commande passe par une agence faisant généralement affaire avec le journal.
Publi-reportage: texte et photos fournis par le client doivent être encadrés. L'espace réservé est facturé au tarif régulier.
Cahiers spéciaux: renseignements sur demande
Tout contrat, pour être valable, doit porter la signature du directeur ou du contrôleur du journal.
Cartes de professions, affaires et services: contrat pour période minimum de trois mois (13 semaines) ou six mois (26 semaines); sans changement dans l'annonce.
Espace minimum: 40 lignes agate
(20 lignes agate sur 2 colonnes ou 40 lignes agate sur 1 colonne).
Espace maximum: 150 lignes agate, (150 lignes agate sur 1 colonne, 75 lignes agate sur 2 colonnes, ou 50 lignes agate sur 3 colonnes).
Coût uniforme: 0,18$ la ligne agate
Paiements: par période de 4 ou 5 semaines, selon les mois.
Escompte de 10%: si payée d'avance.
Annonce en renversé: 5$ de plus par publication.
Ces annonces sont groupées, placées le plus souvent au même endroit, mais sans position formellement garantie dans chaque édition.
Toute surface, dépassant 150 lignes agate, est sujette aux tarifs du détaillant.
Petites annonces et section commerciale
Petites annonces venant des particuliers, à la condition que le texte soit envoyé par la poste ou apporté à notre bureau. Payable avant publication et non remboursable.
Sur appel téléphonique (avec facturation): un dollar de plus que ci-dessus.
Encadrement pour petite annonce: minimum de 50 lignes x 0,24$:
1 parution: 2,50$
2 parutions: 4,50$
3 parutions: 6,50$
maximum 20 mots
mot additionnel: 0,07$
Annonce en renversé: 25% de plus, minimum 10$
Illustration: 4$ de plus pour chaque nouvelle illustration.
Le commerçant, qui utilise cette section, doit identifier le nom de son commerce.
Nécrologie: avis de décès ou compte-rendu d'obsèques: 10$
Avec photo (1 colonne): 20$
Remerciements pour condoléances, anniversaire: 10$
Avec photo (1 colonne): 20$
Encarts
Les encarts doivent être à notre salle d'expédition 4 jours avant la date de distribution. Le lignage des encarts n'est pas applicable sur le contrat de publicité.
La date et le nom « L'Écho de Louiseville/Berthier » doivent paraître sur la première page de section.
Tabloïd:
4 pages: 0,044$ 24 pages: 0,078$
8 pages: 0,054$ 28 pages: 0,084$
12 pages: 0,06 $ 32 pages: 0,09 $
16 pages: 0,066$ 36 pages: 0,094$
20 pages: 0,072$ 40 pages: 0,099$

Page ou position spécifiées
25% de plus pour une position garantie et pour chaque publication (minimum 10$ par annonce et par publication).
Il n'y a pas de position garantie dans la section commerciale (celle où se trouvent les petites annonces).

Exigences minimales et maximales
Format minimum d'une annonce: 50 lignes
Toute annonce de 180 lignes et plus sera facturée à la pleine hauteur de 200 lignes.

Réservations et heures de tombée
11 h le vendredi précédant le jour de la publication. Dans le cas où une épreuve est nécessaire, la copie d'annonce devra être rendue au bureau du journal 8 jours ouvrables avant la publication du journal; l'épreuve revue et approuvée doit arriver au journal au plus tard à 11 h le vendredi qui précède la publication du journal.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Nombre total de lignes par page: 1 200 lignes agate.

Modalités de paiements
Paiement net: 30 jours après la date de parution.
Après 30 jours: 1½% pour frais administratifs.

Divers
Un annonceur n'a droit aux tarifs de l'annonce de détail, que lorsqu'il annonce et vend au consommateur, des marchandises exposées dans un ou des magasins de la région et dont il est propriétaire.
Les tarifs de l'annonce de détail s'appliquent à l'annonce coopérative de marchandises offertes par un groupe de détaillants de la région facturée exclusivement à eux.
Le format des annonces n'est pas inconditionnel. L'éditeur se réserve le droit d'en établir les normes qui, par définition, seront le mêmes pour tous les annonceurs.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
8 170

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Maskinongé	54,2	54,2
Berthier	32,9	87,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Louiseville (zone urbaine)	27,7
Berthierville	11,2
Saint-Gabriel-de-Brandon	6,2
Saint-Alexis-des-Monts	5,9
Maskinongé	5,4

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,2%

* À partir des données de la recension ABC du 18 juin 1980

800

L'HEBDO

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1967, publié le mercredi
Édité en français par Publi-Hebdos Inc.
943, Thibeau
Cap-de-la-Madeleine
G8T 7B1
Téléphone: (819) 379-1490
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 12$/an, par courrier

Personnel de direction
Président (Publi-Hebdos Inc.):
Denis Lacasse
Gérant (Publi-Hebdos Inc.):
Jean Dupont
Président-éditeur et directeur gérant:
Claude Loranger

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
René Matton

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Gérant des ventes: Marc Duchesne

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,52$ la ligne agate

Annonce couleur
110$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarif des Journaux Sélect du 1er février 1981
35 633

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
St-Maurice	63,7	63,7
Champlain	36,3	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Trois-Rivières	63,0
Cap-de-la-Madeleine	31,8

810

L'HEBDO DU SAINT-MAURICE

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1915, publié le mercredi
Édité en français par Publi-Hebdos Inc.
2102, rue Champlain
Shawinigan
G9N 2L4
Téléphone: (819) 527-5111
C.P. 67
Shawinigan
G9N 6T8
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur et gérant-général:
Michel Matteau

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Directeur de l'information:
Michel Matteau
Responsable de la rédaction:
Paul-André Garceau

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité:
Harold Boudreau

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,38$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
21 249

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	% cumulatif
Laviolette	51,6	51,6
Saint-Maurice	48,2	99,8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Shawinigan	43,3
Grand'Mère	22,6
Shawinigan-Sud	16,2

820

LE PONT

AHR

IDENTIFICATION
Heodomadaire établi en 1979, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions du Rocher Inc.
980, 15e Rue
Grand'Mère
G9T 3W3
Téléphone: (819) 538-6306
C.P. 55
Grand'Mère
G9T 5K7
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/an
À l'étranger: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur et président: Claude Rompré
Directrice: Denise Gagnon

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Pierre Dubois

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Denise Gagnon

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,31$ la ligne agate
Tarif local: 0,23$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Sans contrat
600 lignes et plus: 0,19$ la ligne agate
1 200 lignes et plus: 0,16$ la ligne agate
Avec contrat
15 000 lignes: 0,17$ la ligne agate
25 000 lignes: 0,16$ la ligne agate
50 000 lignes: 0,14$ la ligne agate

Annonce couleur
60$ en sus du tarif d'une annonce nationale
40$ en sus du tarif d'une annonce locale

Catégories particulières d'annonces
Avis publics: 0,25$ la ligne agate
Avis politique: 0,25$ la ligne agate
Cartes d'affaires: 12$
10$ (dans la page des cartes d'affaires)

Réservations et heures de tombée
Vendredi précédant la publication: 17 h

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
2% d'escompte.

Trois-Rivières
Centre du Quebec

830

COURRIER-SUD

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1965, publié le mardi
Édité en français par Les Éditions du Lac Saint-Pierre Inc.
3255, Marie-Victorin
Nicolet
J0G 1E0
Téléphone: (819) 293-4551
C.P. 1300
Nicolet
J0G 1E0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Canada: 25$/an
Extérieur: 30$/an

Personnel de direction
Président: Léo Tourigny
Directeur général: Gilles Brault

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Jacques Desfossés

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité:
Jean Blanchette

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,40$ la ligne agate
Tarif local: 0,30$ la ligne agate (sans contrat)

Escompte ou prix réduit
Tarif local
1 400 à 6 999 lignes: 0,25$ la ligne agate
7 000 à 13 999 lignes: 0,24$ la ligne agate
14 000 à 27 999 lignes: 0,23$ la ligne agate
28 000 à 55 999 lignes: 0,22$ la ligne agate
56 000 à 97 999 lignes: 0,21$ la ligne agate
98 000 à 139 999 lignes: 0,20$ la ligne agate
140 000 lignes et plus: 0,19$ la ligne agate

Annonce couleur
Rouge ROP 45: 65$ la page, en sus du tarif d'une annonce courante
Autres couleurs: 100$ la page, en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Appels d'offres, avis publics: 0,50$ la ligne agate
Annonces gouvernementales: 0,50$ la ligne agate
Annonces classées: 3$ (20 mots)

Page ou position spécifiées
Annonces en première page: (sur approbation) 0,95$ la ligne agate
Annonce en page 3: (maximum 300 lignes): 0,75$ la ligne agate

Réservations et heures de tombée
Heure de tombée pour les demandes d'insertion: vendredi 17 h

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Modalités de paiements
15% de commission pour l'agence
Paiement net 30 jours

Divers
Toutes les annonces sont sujettes à l'approbation de l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
19 490

Organisme de certification de tirage
ODC

840

L'EXPRESS

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1973, publié le mardi
Édité en français par le Journal L'Express Ltée
393, Hériot
Drummondville
J2B 1B1
Téléphone: (819) 477-3773
C.P. 651
Drummondville
J2B 6W6
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
1$ en dehors de la région
Coût de l'abonnement
Canada: 50$/an
États-Unis: 60$/an

Personnel de direction
Président et directeur général:
Roméo Clément

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 17 h
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la rédaction et directeur de l'information: André Goulet

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité:
Roméo Clément

Tarifs publicitaires
Carte No 8 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national et local: 0,37$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,39$ la ligne agate
Annonces politiques: 0,37$ la ligne agate
Matière à lire: 0,44$ la ligne agate
Annonces classées: 5$ (pour 25 mots)

Page ou position spécifiées
25% de plus du tarif d'une annonce courante.

Réservations et heures de tombée
Jeudi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7
Matériel requis: repros

Modalités de paiements
Commission de l'agence: 15%
Paiement net, avant 30 jours

Divers
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur.
Contrats honorés jusqu'à l'expiration.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
23 000

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%
Drummond	95,4

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Drummondville	84,3

850

LA FEUILLE D'ÉRABLE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1945, publié le mardi
Édité en français par Les Publications Appalaches Ltée Plessisville
1646, Saint-Laurent
Plessisville
G6L 2P6
Téléphone: (819) 362-7049
C.P. 160
Plessisville
G6L 2Y7
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/an; 6$/6 mois
États-Unis: 11$/an

Personnel de direction
Président et Éditeur:
Gaston Bergeron

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 16 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Sylvie Drolet
Directeur de l'information:
Léo Fradette

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3404

Personnel
Responsable de la publicité:
Michel Bourgouin

Tarifs publicitaires
Carte No 81-1 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonne par page: 6
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%

Carte locale en vigueur le 1er novembre 1979

Escompte ou prix réduit
Tarif local: 0,17$ la ligne agate
Contrat annuel: 25 pages et plus: 165$ la page
Contrat annuel: 50 demi-pages et plus: 85$ la demi-page
Moins de 10 000 lignes par année: 0,17$ la ligne agate
10 000 à 15 000 lignes par année: 0,16$ la ligne agate
15 000 à 29 999 lignes par année: 0,15$ la ligne agate
30 000 et plus par année: 0,14$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 35$ en sus du tarif d'une annonce courante
Couleur additionnelle: 60$ chacune
Couleur et position spéciale: 111$
Solide de couleur ou fond de page: 5$

Catégories particulières d'annonces
Avis publics: 0,17$ la ligne agate
Annonces classées: 2,25$ (25 mots ou moins)
Encarts: copies livrées à l'imprimerie, identifiées au nom du journal et datées en page un
16 pages et moins format tabloïd: 0,07$ la copie
Trame ou renversée: 4$

Réservations et heures de tombée
Vendredi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
4 510

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Mégantic	78,9	78,9
Lotbinière	7,4	86,3

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Plessisville	46,8
Laurierville	6,8
Bernierville	6,3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,9%

* À partir des données de la recension ABC du 26 décembre 1979

860

LA NOUVELLE DE VICTORIAVILLE ET DES BOIS-FRANCS

ODC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mardi
Édité en français par le Journal
La Nouvelle Inc.
19, Notre-Dame est, 2e étage
Victoriaville
Téléphone: (819) 752-6718
C.P. 504
Victoriaville
G6P 6T3
Grand format
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Président et directeur général:
Léo Ling

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction:
Richard Lacoursière

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Alphonse Allaire

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,45$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 11 picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
32 700

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	% *cumulatif*
Arthabaska	54,4	54,4
Mégantic	17,7	72,1
Richmond	14,0	86,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Victoriaville	36,3
Asbestos	10,5
Plessisville	9,2

870

LA PAROLE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par La Parole Ltée
1159, boul. Saint-Joseph
Drummondville
J2C 2C8
Téléphone: (819) 478-8171
C.P. 788
Drummondville
J2B 6X1
Grand format
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Canada: 9,10$/6 mois; 18,20$/an
États-Unis: 20,20$/an

Personnel de direction
Administrateur: Jacques Dion

INFORMATION
Personnel
Directeur de l'information:
Jacques Mathieu

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité:
Raymond Boisvert

Tarifs publicitaires
Carte No 81 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,35$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
6 953

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Drummond	87,7	87,7

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Drummondville (zone urbaine)	74,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,3%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

880

L'UNION

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1866, publié le mardi
Édité en français par L'Imprimerie d'Arthabaska Inc.
370, Girouard
Arthabaska
G6P 5V2
Téléphone: (819) 357-2065
C.P. 130
Victoriaville
G6P 6S8
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.50$
Coût de l'abonnement
Par camelot: 25$/an
Canada: 25$/an; 13$/6 mois
Autres pays: 60$/an

Personnel de direction
Éditeur: Roger Lussier

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 15 h

Personnel
Rédacteur en chef:
Marcel Duchesneau

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité:
Michel Gagné

Tarifs publicitaires
Carte No 115 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif local et national: 0,40$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$ en surplus
Noir et 2 couleurs: 225$ en surplus
Noir et 3 couleurs: 300$ en surplus
Quadrichromie: 425$ en surplus

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,45$ la ligne agate
Annonce politique: 0,40$ la ligne agate
Matière à lire: 0,45$ la ligne agate
Annonces classées: 3$ (20 mots)
Encarts circulaires: copies livrées à l'imprimerie, identifiées au nom du journal et datées:
Page format tabloïd.
4 et moins: 0,044$ la copie
8 et moins: 0,058$ la copie
12 et moins: 0,064$ la copie
16 et moins: 0,07 $ la copie
20 et moins: 0,075$ la copie
24 et moins: 0,08 $ la copie
28 et moins: 0,085$ la copie
32 et moins: 0,09 $ la copie

Page ou position spécifiées
30% de plus

Réservations et heures de tombée
Vendredi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Matériel requis: repros

Modalités de paiements
Commission de l'agence: 15%
Paiement net en dedans de 30 jours

Divers
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur.
Contrats honorés jusqu'à l'expiration.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
12 743

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Arthabaska	79.3	79.3
Mégantic	10.6	89.9

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Victoriaville (zone urbaine)	52.4
Princeville	6.8
Warwick	6.4
Plessisville	5.3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,3%

* À partir des données de la recension ABC du 24 juin 1980

Cantons-de-l'Est

890

LE CITOYEN

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1941, publié le mardi
Édité en français par Les Publications Le Citoyen Inc.
234-A, 1re Avenue
Asbestos
J1T 1Y4
Téléphone: (819) 879-5409
C.P. 208
Asbestos
J1T 3N1
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.30$
Coût de l'abonnement: 13$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur:
Roger Laliberté

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 16 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Jean-Pierre Lacasse

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité:
Denis Breault

Tarifs publicitaires
Carte No 81 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0.01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 12 mois se terminant le 30 juin 1980
4 059

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Richmond	79.0	79.0
Wolfe	10.2	89.2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Asbestos (zone urbaine)	62,4
Richmond	11,6
Wotton	5,5

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,5%

* À partir des données de la recension ABC du 24 juin 1980

900

L'ÉCHO DE FRONTENAC

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1929, publié le mardi
Édité en français par L'Écho de Frontenac Inc.
5040, boul. des Vétérans
Lac Mégantic
G6B 2G5
Téléphone: (819) 583-1630
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement
Canada: 9$/an, 16$/2 ans
États-Unis: 20$/an

Personnel de direction
Présidente et éditrice:
Madame L.-Philippe Poulin

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi

Personnel
Responsable de la rédaction:
Gaétan Poulin
Responsable de l'information:
Guy Lavoie

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Gérant de la publicité:
Gaétan Poulin

Tarifs publicitaires
Carte No 81-1 (Hebdos-A-1) en vigueur le 1er février 1981
Carte de l'Écho de Frontenac en vigueur le 1er juillet 1979

Annonce courante
Tarif national: 0,32$ la ligne agate

Annonce couleur
Couleur (spot) seulement à toutes les deux pages:
Rouge, bleu, vert, jaune, noir
125$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux du gouvernement, des municipalités:
0,30$ la ligne agate
Annonce politique: 0,28$ la ligne agate
Matière à lire: 0,28$ la ligne agate
Petites annonces, minimum 15 mots: 2$
Encadrées: 0,28$ la ligne agate
Minimum 14 lignes agate

Page ou position spécifiées
25% frais additionnels

Exigences minimales et maximales
Espace minimum:
1 colonne de 10 lignes, et 10 lignes pour chacune des autres colonnes.
Espace maximum:
toute annonce ayant une hauteur excédant 190 lignes sera facturée au prix d'une colonne entière.

Réservations et heures de tombée
Le vendredi précédant la parution
Lorsqu'une épreuve est exigée, la demande doit nous être faite 10 jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Reproduction à l'offset

Modalités de paiements
Commission de l'agence: 15%
Escompte additionnel de 2% pour paiement effectué avant 30 jours du mois suivant
Commission de l'agence allouée sur les annonces classées encadrées seulement

Divers
Toute publicité sujette à l'approbation de l'éditeur

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
5 485

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Frontenac	76,2	76,2
Île de Montréal et Île Jésus	6,3	82,5
Sherbrooke	3,8	86,3

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Lac Mégantic	37,7

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
4,8%

* À partir des données de la recension ABC du 26 juin 1979

910

L'ÉTINCELLE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1970, publié le mercredi
Édité en français au 207, Saint-Georges
Windsor
J1S 1K3
Téléphone: (819) 845-2705
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement:
4,50$/6 mois; 8,50$/an; 16$/2 ans

Personnel de direction
Directeur: Claude Frenette

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Michel Bourget

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Ginette Poulin

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0,24$ la ligne agate

Annonce couleur
75$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Lundi 12 h

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

920

LA NOUVELLE DU HAUT SAINT-FRANÇOIS

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1974, publié le mardi
Édité en français par La Nouvelle du Haut Saint-François Inc.
178, Saint-Pierre
East Angus
J0B 1R0
Téléphone: (819) 832-2461

C.P. 490
East Angus
J0B 1R0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement:
6$/6 mois; 10$/an; 18$/2 ans

Personnel de direction
Directeur général: Edgar Cormier

INFORMATION
Personnel
Directeur de l'information:
Edgar Cormier

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Edgar Cormier

930

LE PROGRÈS DE COATICOOK

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1950, publié le mercredi
Édité en français par L'Imprimerie Garceau Ltée
74 Child
Coaticook
J1A 2B1
Téléphone: (819) 849-3616
C.P. 150
Coaticook
J1A 2S9
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement:
Canada: 10$/an
États-Unis: 16$/an

Personnel de direction
Directeur: Roger Jean-Marie

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi midi

Personnel
Rédacteur: Lauréat Bélanger

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538 Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité:
Lauréat Bélanger

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,29$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Annonces commerciales et textes longs: vendredi 17 h 30
Petites annonces: lundi 11 h 30

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 192 lignes agate
Nombre de colonnes: 6

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 mars 1980
3 000

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Stanstead	77,0	77,0
Compton	11,6	88,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Coaticook	70,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
3,7%

* À partir des données de la recension ABC du 20 décembre 1979

940

LE PROGRÈS DE MAGOG

ABC/AJHC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1949, publié le mercredi
Édité en français au 287, Principale ouest
Magog
J1X 2A8
Téléphone: (819) 843-2961
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement: 13$/an

Personnel de direction
Président: Jacques Parent
Directrice générale: France MacGillivray

INFORMATION
Abonné à Telbec

Personnel
Éditorialiste: Richard Sylvestre

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité:
Pierre Bachand

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 15 septembre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,29$ la ligne agate
Tarif local: 0,23$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Annonces avec contrat pour plus d'une édition
6 000 lignes et plus: 0,215$ la ligne agate
15 000 lignes et plus: 0,195$ la ligne agate
25 000 lignes et plus: 0,185$ la ligne agate
40 000 lignes et plus: 0,175$ la ligne agate
60 000 lignes et plus: 0,16 $ la ligne agate
100 000 lignes et plus: 0,15 $ la ligne agate
150 000 lignes et plus: 0,14 $ la ligne agate
4 pages consécutives et plus, dans la même édition « Hors-contrat »
Matériel: 9 jours 0,22$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante. (Dans une page ou partie de page).

Catégories particulières d'annonces
Avis divers: appel d'offres, avis légal, demande de soumissions, etc: 0,29$ la ligne agate
Avis politiques: municipal, scolaire, provincial, fédéral: 0,29$ la ligne agate
Élections: élections ou consultation populaire au plan local, régional, provincial ou fédéral, qu'il s'agisse de candidat, parti, individu ou groupe constitué ou non en personne morale, (payable en espèces avant la publication avec signature de contrat): 0,29$ la ligne agate
Avis particuliers: avis et rapports, explications ou commentaires sur situation sociale, culturelle, économique, patronale-ouvrière, par les individus ou groupe constitué ou non en personne morale; (payable en espèces avant la publication avec signature de contrat) 0,29$ la ligne agate.
Avis décès: avis ordinaire peu détaillé et sans photo: 7$
Avis ordinaire peu détaillé et avec photo: 12$
Avis détaillé ou compte-rendu d'obsèques sans photo: 15$
Avis détaillé ou compte-rendu d'obsèques avec photo: 20$
Remerciements pour condoléances
Avis ordinaire peu détaillé, sans photo: 7$
Avis ordinaire peu détaillé, avec photo: 12$
Avis détaillé, sans photo: 15$
Avis détaillé, avec photo: 20$
Professions et services (cartes): contrat minimum par période de six mois (26 semaines), sans changement.
Espace minimum: 50 lignes agate (9$)
Espace maximum: 150 lignes agate (27$)

Coût uniforme: 0,18$ la ligne agate
Facturation au mois
Client exigeant un renversé: 25% de plus
Client exigeant une photo dans sa carte d'affaires: 1,75$ de plus la photo par insertion.
Petites annonces, section commerciale, carrières et professions:
Petites annonces venant des particuliers: 2,50$
Au 20e mot et plus, chaque mot additionnel: 0,10$ chacun
Avec encadrement, deux formats: 5$
Annonces commerciales (cadre obligatoire)
Voir les tarifs aux détaillants, grandeur minimum: 80 lignes agate.
Client exigeant un renversé: 25% de plus
1,75$ pour chaque photo et par insertion
Est considéré comme commercial: tout client qui achète, vend ou loue sur une base non occasionnelle.
Encarts (format tabloïd ou plus petit)

	$
4 pages ou moins	0,044
8 pages	0,054
12 pages	0,06
16 pages	0,066
20 pages	0,072
24 pages	0,078
28 pages	0,084
32 pages	0,09
36 pages	0,094
40 pages	0,099

Les prix sont pour le plein tirage. Les exemplaires devront parvenir à l'atelier d'imprimerie, le vendredi précédant la publication.
Renversé: 25% en sus du tarif courant, minimum de 20$ de plus par annonce.
Grisé ou teinté: 15% en sus du tarif courant, minimum de 20$ de plus par annonce.
1,75$ pour chaque photo et par insertion.

Page ou position spécifiées
25% en sus, minimum de 25$ de plus par annonce.

Exigences minimales et maximales
Toute annonce, de 175 lignes agate et plus, sera comptée et facturée comme ayant pleine hauteur de page (200 lignes x 6).

Réservations et heures de tombée
Toute copie d'annonce (textes, illustration, prix des articles, logo) doit être rendue au bureau du journal, à Magog, au plus tard avant 15 h, le jeudi précédant la publication dans le journal.
Dans le cas où une épreuve est nécessaire, la copie d'annonce devra être rendue au bureau du journal au plus tard à midi, le jeudi précédant la publication; l'épreuve corrigée ou approuvée doit arriver au bureau du journal avant midi, le vendredi précédant la publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Nombre de lignes agate par page: 1 200

Modalités de paiements
Paiement de l'annonce: net, 30 jours après la date de parution; 2% par mois, après 30 jours, pour frais administratifs.
Un annonceur n'a droit au « tarif des détaillants », que lorsqu'il annonce et vend au consommateur des marchandises exposées dans un ou des magasins de la région et dont il est propriétaire.
Le « tarif des détaillants » s'applique à l'annonce coopérative des marchandises offertes par un groupe de détaillants de la région et payée exclusivement par eux.

Divers
Le format des annonces n'est pas inconditionnel; l'éditeur se réserve le droit d'en établir les normes qui, par définition, sont les mêmes pour tous les annonceurs.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
3 142

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%
Stanstead	89,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Magog	87,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,2%

* À partir des données de la recension ABC du 27 décembre 1979.

950

THE STANSTEAD JOURNAL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1845, publié le jeudi
Édité en anglais par The Stanstead Journal Printing and Graphics Inc.
8, Church
Rock Island
J0B 2K0
Téléphone: (819) 876-5153
C.P. 130
Rock Island
J0B 2K0
Grand format
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Québec et Vermont: 5,50$/6 mois; 9$/an
Ailleurs en Amérique du Nord: 6,50$/6 mois; 10$/an
Autres pays: 10$/6 mois; 16$/an

Personnel
Éditeurs: R. Howard Smith Jr., Valérie Cerini

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi

Personnel
Rédactrice en chef: Valérie Cerini

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Howard Smith

Tarifs publicitaires
En vigueur le 1er juin 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,25$ la ligne agate
3,50$ le pouce-colonne (minimum 1")
576$ la page

Escompte ou prix réduit
10% pour 4 insertions ou plus.
25% pour 6 mois.
Pour obtenir un escompte, l'annonce doit demeurer inchangée durant toute la période.

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante.
Photos sans trame: 10$.
Agrandissement ou réduction: 10$.

Réservations et heures de tombée
Annonces de la bonne taille et prêtes-à-photo: mardi à midi.
Annonces nécessitant une préparation: lundi à midi.

Précisions typographiques
Hauteur d'une colonne: 295 lignes agate
Nombre de colonnes: 8

Modalités de paiements
Facture envoyée mensuellement ou suivant la dernière insertion.
Paiement net en 30 jours.
2% d'intérêt mensuellement.

Montreal
Montreal metropolitain

960

L'ARTISAN

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1968, publié le mercredi
Édité en français par l'Imprimerie l'Artisan Inc.
1004, Notre-Dame
Repentigny
J5Y 1S9
Téléphone: (514) 581-3236
(514) 581-5120
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit, 0,35$ par abonnement
Coût de l'abonnement
Canada: 20$/an
États-Unis: 25$/an

Personnel de direction
Gérant: Richard Gauthier

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi précédent, à 17 h

Personnel
Éditorialiste et responsable de l'information: Daniel Caza

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité locale: Richard Gauthier

Tarifs publicitaires
Carte No 9 en vigueur le 1er juin 1979

Annonce courante
Tarif national: 0.37$ la ligne agate

Annonce couleur
125$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0.37$ la ligne agate
Annonce politique: 0.37$ la ligne agate
Nomination: 0.37$ la ligne agate
Annonces classées: 0.30$ le mot (minimum 6$)

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante.

Exigences minimales et maximales
Minimum: 1 colonne, 14 lignes
Maximum: 7 colonnes, 195 lignes

Réservations et heures de tombée
Jeudi précédant le jour de la publication.
Pour épreuve, les textes doivent parvenir 15 jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 195 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Net 30 jours
Escompte 2%, si payé dans les 10 jours
Aucune commission d'agence sur les annonces classées.

Divers
Frais de composition: 2%
Annonces de spiritueux et de bière acceptées sujettes aux lois provinciales.
Toutes les annonces sont sujettes à l'approbation de l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
24 000

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
L'Assomption	82.4	82.4
Terrebonne	13.7	96.1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Repentigny	37.6
Terrebonne	13.7
L'Assomption	9.1
Le Gardeur	8.2
Mascouche	6.1
Lachenaie	5.6
L'Épiphanie	5.4

970

L'AVENIR DE L'EST

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1956, publié le mardi
Édité en français par La Société Générale de Publication Inc.
501, 6e Avenue
Pointe-aux-Trembles
H1B 4K3
Téléphone: (514) 645-7474
Grand format
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 18.20$/an

Personnel de direction
Directeur général: Jacques Dion
Directrice gérante: Mireille Poitras

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef: Paul Sauvé
Responsable de l'information: Mireille Poitras

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Personnel
Publicitaire: Mireille Poitras
Responsable de la publicité nationale: Jacques Dion (514) 274-6571

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0.50$
Tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains): 4.50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit

Volume	La ligne agate	Tarif combiné (les 12 hebdos métropolitains)
	$	$
2 000 lignes	0.44	4.05
5 000 lignes	0.43	3.90
10 000 lignes	0.42	3.85
25 000 lignes	0.40	3.75

Annonce couleur
120$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts
4 pages tabloïd: 29$/le 1 000
8 pages tabloïd: 31$/le 1 000
12 pages tabloïd: 33$/le 1 000
16 pages tabloïd: 36$/le 1 000
20 pages tabloïd: 38$/le 1 000
24 pages tabloïd: 40$/le 1 000
28 pages tabloïd: 43$/le 1 000
32 pages tabloïd: 45$/le 1 000

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes
La page entière: 2 400 lignes
8 colonnes par 300 lignes

Modalités de paiements
15% d'escompte aux agences et escompte de 2% sur paiement net, pour le tarif combiné (12 HM) de 25 000 lignes et plus

980

LE CENTRE-VILLE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mardi
Édité en français au 1317, Marie-Anne est
Montréal
H2J 2C3
Téléphone: (514) 521-2120
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditrice: Gertrude Bélanger

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

990

CITÉS NOUVELLES

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1974, publié le jeudi
Édité en français par Guy Allard et Associés Inc.
15 718, boul. Gouin ouest, bureau 5
Sainte-Geneviève
H9H 1C4
Téléphone: (514) 620-0781
Grand format
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Guy Allard

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi précédant la parution

Personnel
Directeur de l'information: Jean Lamoureux

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité: Guy Allard
Publicité nationale: Colombe Joncas
Téléphone: (514) 274-6571

Tarifs publicitaires
Carte No 8 en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0.40$ la ligne agate
Tarif local: 0.30$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 500 lignes: 0.27$ la ligne agate
5 000 lignes: 0.25$ la ligne agate
15 000 lignes: 0.23$ la ligne agate
30 000 lignes: 0.21$ la ligne agate
50 000 lignes: 0.19$ la ligne agate
100 000 lignes: 0.17$ la ligne agate

Annonce couleur
20% en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis public: 0.28$
Pages des annonces classées: 0.30$
Encarts
4 pages tabloïd et moins: 24$/le mille
8 pages tabloïd: 27$/le mille
12 pages tabloïd: 30$/le mille
16 pages tabloïd: 33$/le mille
20 pages tabloïd: 36$/le mille
24 pages tabloïd: 39$/le mille
28 pages tabloïd: 42$/le mille
32 pages tabloïd: 45$/le mille

Page ou position spécifiées
25% en plus
Sujet à l'approbation de l'éditeur.

Réservations et heures de tombée
Lundi 16 h 30

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes
Nombre de colonnes par page: 8

1000

CONTACT

ODC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mercredi
Édité en français par Journal Contact Laval (1975) Inc.
2633, boul. Le Corbusier, bureau 100
Laval
H7S 2E8
Téléphone: (514) 687-4900
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 30$/an

Personnel de direction
Président: Rémi Marcoux
Directeur général: Jacques Boulanger

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi matin

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information:
Jacques Boulanger

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Jacques Boulanger

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0.50$ la ligne agate
Tarif national combiné avec le journal « Contact Laval »: 1.00$ la ligne agate
Tarif local: 0.45$ la ligne agate
Tarif local combiné avec le journal « Contact Laval »: 0.85$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Tarif local pour plus de 1 000 lignes agate

Volume	Contact	Contact & Contact Laval
	$	$
1 000 lignes	0.44	0.84
2 500 lignes	0.43	0.83
5 000 lignes	0.42	0.82
7 500 lignes	0.40	0.81
10 000 lignes	0.39	0.79
25 000 lignes	0.38	0.76
50 000 lignes	0.37	0.71
100 000 lignes	0.36	0.67
200 000 lignes	0.35	0.65
Publi-reportage	0.40	0.80

Annonce couleur
Tarif national
250$ en sus du tarif d'une annonce national
Process: 675$
Tarif local
Noir et 1 couleur:
125$ en sus du tarif d'une annonce locale
Noir et 2 couleurs:
200$ en sus du tarif d'une annonce locale
Noir et 3 couleurs:
300$ en sus du tarif d'une annonce locale
Process: 500$ en sus du tarif d'une annonce locale

Catégories particulières d'annonces
Encarts (suppléments pré-imprimés ou dépliants)
4 pages tabloïd: 24$/1 000
8 pages tabloïd: 27$/1 000
12 pages tabloïd: 29$/1 000
16 pages tabloïd: 32$/1 000
20 pages tabloïd: 34$/1 000
24 pages tabloïd: 36$/1 000
28 pages tabloïd: 38$/1 000
32 pages tabloïd: 40$/1 000
36 pages tabloïd: 42$/1 000
40 pages tabloïd: 44$/1 000
44 pages tabloïd: 46$/1 000
48 pages tabloïd: 48$/1 000

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante (minimum 50$)

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas, annonces classées: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7, annonces classées: 7
Procédé d'impression: offset

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Net 10 jours
2% d'escompte

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
35 000

Organisme de certification de tirage
ODC

1010

CONTACT LAVAL

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mercredi
Édité en français par Journal Contact Laval (1975) Inc.
2633, boul. Le Corbusier, bureau 100
Laval
H7S 2E8
Téléphone : (514) 687-4900
Format : tabloïd
Coût du numéro : gratuit
Coût de l'abonnement : 30$/an

Personnel de direction
Président : Rémi Marcoux
Directeur général : Jacques Boulanger

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi matin

Personnel
Responsable de la rédaction et directeur de l'information : Jacques Boulanger

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire national
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone : (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité : Jacques Boulanger

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national : 0.70$ la ligne agate
Tarif national combiné avec le journal « Contact » : 1.00$ la ligne agate
Tarif local : 0.55$ la ligne agate
Tarif local combiné avec le journal « Contact » : 0.85$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Tarif local pour plus de 1 000 lignes agate

Volume	Contact Laval seul	Contact et Contact Laval
	$	$
1 000 lignes	0.54	0.84
2 500 lignes	0.53	0.83
5 000 lignes	0.52	0.82
7 500 lignes	0.51	0.81
10 000 lignes	0.49	0.79
25 000 lignes	0.48	0.76
50 000 lignes	0.47	0.71
100 000 lignes	0.46	0.67
200 000 lignes	0.45	0.65
Publi-reportage	0.50	0.80

Annonce couleur
Tarif national
250$ en sus du tarif d'une annonce nationale
Process : 675$
Tarif local
Noir et 1 couleur : 125$ en sus du tarif d'une annonce locale
Noir et 2 couleurs : 200$ en sus du tarif d'une annonce locale
Noir et 3 couleurs : 300$ en sus du tarif d'une annonce locale
Process : 500$

Catégories particulières d'annonces
Encarts (suppléments pré-imprimés ou dépliants)
4 pages tabloïd : 24$/1 000
8 pages tabloïd : 27$/1 000
12 pages tabloïd : 29$/1 000
16 pages tabloïd : 32$/1 000
20 pages tabloïd : 34$/1 000
24 pages tabloïd : 36$/1 000
28 pages tabloïd : 38$/1 000
32 pages tabloïd : 40$/1 000
36 pages tabloïd : 42$/1 000
40 pages tabloïd : 44$/1 000
44 pages tabloïd : 46$/1 000
48 pages tabloïd : 48$/1 000

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante (minimum 50$)

Précisions typographiques
Largeur de la colonne : 8 picas, annonces classées : 8 picas
Hauteur de la colonne : 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page : 7, annonces classées : 7 colonnes
Procédé d'impression : offset

Modalités de paiements
Commission à l'agence : 15%
Net 10 jours
2% d'escompte

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
65 000

Organisme de certification de tirage
ODC

1020

COURRIER LAVAL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1945, publié le mercredi
Édité en français par Courrier Laval Ltée
317, Montmorency
Laval
H7N 1X1
Téléphone : (514) 667-4360
Grand format
Coût du numéro : gratuit

Personnel de direction
Présidente : Lise Blouin-Dallosto
Directeur général : Mino Dallosto
Nom des éditions
Courrier Laval
Courrier Laurentides
Courrier Ahuntsic

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Rédactrice en chef : Lise Blouin-Dallosto

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité : Mino Dallosto
Publicitaire : Philippe Mailloux

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national combiné
3 éditions (Laval, Laurentides et Ahuntsic) 1.20$ la ligne agate
2 éditions : 1$ la ligne agate
Laval : 0.70$ la ligne agate
Laurentides : 0.55$ la ligne agate
Ahuntsic : 0.55$ la ligne agate
Tarif local combiné

Espace	par ligne agate 3 éditions	2 éditions	Laval
	$	$	$
0 à 999 lignes	0.95	0.80	0.58
1 000 lignes	0.90	0.78	0.55
2 500 lignes	0.89	0.77	0.53
5 000 lignes	0.88	0.76	0.50
7 500 lignes	0.87	0.75	0.49
10 000 lignes	0.85	0.72	0.48
25 000 lignes	0.80	0.70	0.47
50 000 lignes	0.75	0.67	0.46
100 000 lignes	0.72	0.63	0.45
200 000 lignes	0.70	0.60	0.44
300 000 lignes	0.67	0.59	0.43
400 000 lignes	0.65	0.57	0.42
500 000 lignes	0.63	0.55	0.40

Espace	par ligne agate Ahuntsic	Laurentides
	$	$
0 à 999 lignes	0.48	0.48
1 000 lignes	0.47	0.47
2 500 lignes	0.46	0.46
5 000 lignes	0.45	0.45
7 500 lignes	0.44	0.44
10 000 lignes	0.42	0.42
25 000 lignes	0.41	0.41
50 000 lignes	0.40	0.40
100 000 lignes	0.39	0.39
200 000 lignes	0.38	0.38
300 000 lignes	0.37	0.37
400 000 lignes	0.36	0.36
500 000 lignes	0.35	0.35

Annonce couleur
Tarif local
1 section : 200$
2 sections : 250$
3 sections : 300$
Tarif national
Couleur spot : 200$
Process : 600$

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux
Laval: 0,70$ la ligne agate
Ahuntsic: 0,55$ la ligne agate
Laurentides: 0,55$ la ligne agate
Encarts (tabloïd, tarif le 1 000)
4 pages: 26$
8 pages: 29$
12 pages: 31$
16 pages: 33$
20 pages: 35$
24 pages: 37$
28 pages: 39$
32 pages: 41$
36 pages: 43$
40 pages: 45$
44 pages: 47$
48 pages: 49$

Page ou position spécifiées
25% de supplément

Précisions typographiques
Impression offset
Surface imprimée: 13¾" x 21⁷⁄₁₆"
Largeur de colonne
1 colonne: 1⅜"
2 colonnes: 2¹⁵⁄₁₆"
3 colonnes: 4½"
4 colonnes: 6⁹⁄₁₆"
5 colonnes: 7⁹⁄₁₆"
6 colonnes: 9⅛"
7 colonnes: 10¹¹⁄₁₆"
8 colonnes: 12¼"
9 colonnes: 13¾"
Nombre de colonnes par page: 9
Hauteur de la page: 300 lignes
Nombre de lignes par page: 2 700
Trame noir/blanc: 85
Trame process: 110
Matériel pour production: négatifs, poste up vélox

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%
Escompte sur paiement immédiat: 2%

1030

FLAMBEAU DE L'EST

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1954, publié le mardi
Édité en français par La Société Générale de Publication Inc.
9271, de Marseille
Montréal
H1L 1T2
Téléphone: (514) 352-5301
Grand format
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 18,20$/an

Personnel de direction
Directeur général: Jacques Dion
Directeur gérant: Jacques Massicotte

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 12 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Louise Babin
Responsable de l'information:
Guy Massicotte

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité:
Jacques Massicotte
Responsable de la publicité nationale:
Jacques Dion (514) 274-6571

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,50$ la ligne agate
Tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains): 4,50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit

Volume	la ligne agate	tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains)
	$	$
2 000 lignes	0,44	4,05
5 000 lignes	0,43	3,90
10 000 lignes	0,42	3,85
25 000 lignes	0,40	3,75

Annonce couleur
125$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts
4 pages tabloïd: 29$/le mille
8 pages tabloïd: 31$/le mille
12 pages tabloïd: 33$/le mille
16 pages tabloïd: 36$/le mille
20 pages tabloïd: 38$/le mille
24 pages tabloïd: 40$/le mille
28 pages tabloïd: 43$/le mille
32 pages tabloïd: 45$/le mille

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
La page entière: 2 400 lignes
8 colonnes par 300 lignes

Modalités de paiements
15% d'escompte aux agences et escompte de 2% sur paiement net, pour le tarif combiné (12 HM) de 25 000 lignes et plus

1040

LE GUIDE DE MONTRÉAL-NORD

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1951, publié le mercredi
Édité en français au 11 881, avenue Edger
Montréal-Nord
H1G 5A5
Téléphone: (514) 322-4642
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 28$/an

Personnel de direction
Président et éditeur: Yvon Trudeau

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 15 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Yvon Trudeau

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Yvon Trudeau

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
Tarif: 0,50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 000 lignes: 0,44$
5 000 lignes: 0,43$
10 000 lignes: 0,42$
25 000 lignes: 0,40$

Annonce couleur
1re, 2e et 3e couleur: 100$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts:
4 pages tabloïd ou moins: 29$ le mille
8 pages tabloïd: 31$ le mille
12 pages tabloïd: 33$ le mille
16 pages tabloïd: 36$ le mille
20 pages tabloïd: 38$ le mille
24 pages tabloïd: 40$ le mille
28 pages tabloïd: 43$ le mille
32 pages tabloïd: 45$ le mille

Page ou position spécifiées
25% de surplus, sujet à l'approbation de l'éditeur
2 pages centrales: l'annonce sera acceptée pour les deux pages centrales (double-spread) et sera chargée à 2 400 lignes et doit être réservée à l'avance (129 picas x 190 lignes agate)

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 12 picas
Hauteur de la colonne: 192 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 5

1050

LE GUIDE MONT-ROYAL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par Le Guide Mont-Royal Ltée
4566, de la Roche bureau 2
Montréal
H2J 3J5
Téléphone : (514) 527-8329
Format : tabloïd
Coût du numéro : gratuit

Personnel de direction
Directeur : Georges Robitaille

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction : Yves Chamberland

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos Métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone : (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité : Georges Robitaille
Responsable de la publicité nationale : Colombe Joncas
Téléphone : (514) 274-6571

1060

GUIDE DU NORD

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1946, publié le mardi
Édité en français par Les Éditions du Quartier Inc
3019, Sherbrooke est, bureau 221
Montréal
H1W 1B3
Téléphone : (514) 524-1147
Format : tabloïd
Coût du numéro : gratuit

Personnel de direction
Éditeur : Denis Blanchard
Directeur : Laurent Blanchard

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi matin

Personnel
Responsable de la rédaction : Francine Paquin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone : (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité locale : Luc Foisy
Responsable de la publicité nationale : Colombe Joncas (514) 274-6571

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national : 0.45$ la ligne agate
Tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains) : 4.50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit

Volume	la ligne agate	tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains)
	$	$
2 000 lignes	0.39	4.05
5 000 lignes	0.38	3.90
10 000 lignes	0.37	3.85
25 000 lignes	0.35	3.75

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts
4 pages tabloïd 29$ le 1 000
8 pages tabloïd 31$ le 1 000
12 pages tabloïd 33$ le 1 000
16 pages tabloïd 36$ le 1 000
20 pages tabloïd 38$ le 1 000
24 pages tabloïd 40$ le 1 000
28 pages tabloïd 43$ le 1 000
32 pages tabloïd 45$ le 1 000

Précisions typographiques
Largeur de la colonne : 9½ picas
Hauteur de la colonne : 192 lignes agate
Nombre de colonnes par page : 6

Modalités de paiements
15% d'escompte aux agences et escompte de 2% sur paiement net, pour le tarif combiné (12 HM) de 25 000 lignes et plus

1070

HEBDO JOURNAL DE ROSEMONT

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1946, publié le mercredi
Édité en français par La Société Générale de Publication Inc
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone : (514) 274-6571
Format : tabloïd
Coût du numéro : gratuit
Coût de l'abonnement : 18.20$/an

Personnel de direction
Directeur général : Jacques Dion
Directeur gérant : André Bénard

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Responsable de la rédaction : Michel Sénécal
Responsable de l'information : André Bénard

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone : (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité nationale : Jacques Dion (514) 274-6571

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national : 0.45$ la ligne agate
Tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains) : 4.50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit

Volume	la ligne agate	tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains
	$	$
2 000 lignes	0.39	4.05
5 000 lignes	0.38	3.90
10 000 lignes	0.37	3.85
25 000 lignes	0.35	8.75

Annonce couleur
115$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts
4 pages tabloïd 29$ le 1 000
8 pages tabloïd 31$ le 1 000

12 pages tabloïd: 33$ le 1 000
16 pages tabloïd: 36$ le 1 000
20 pages tabloïd: 38$ le 1 000
24 pages tabloïd: 40$ le 1 000
28 pages tabloïd: 43$ le 1 000
32 pages tabloïd: 45$ le 1 000

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 192 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
15% d'escompte aux agences et escompte de 2% sur paiement net, pour le tarif combiné (12 HM) de 25 000 lignes et plus

1080

LE MESSAGER DE LACHINE

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français et anglais par les Publications Dumont (1973) Inc.
1015, Notre-Dame
Lachine
H8S 2C3
Téléphone: (514) 637-2381
Grand format
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 20$/an

Personnel de direction
Directeur gérant: Michel Lalande

INFORMATION

Personnel
Responsable de la rédaction: Pierre Boulanger

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Michel Lalande

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er mars 1980

Annonce courante
Tarif national: 0.35$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 000 lignes: 0.32$
10 000 lignes: 0.30$
15 000 lignes: 0.27$
25 000 lignes: 0.25$
50 000 lignes: 0.23$
100 000 lignes: 0.20$
150 000 lignes: 0.16$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur:
85$ en sus du tarif d'une annonce courante.
Noir et 2 couleurs:
200$ en sus du tarif d'une annonce courante.
4 couleurs: 525$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Encarts et suppléments publicitaires
jusqu'à 8 pages: 35$
10 à 16 pages: 40$
Livraison partielle, plus 10% (distribution complète 1 000 copies).

Page ou position spécifiées
25% en sus.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9 picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8
Nombre de lignes agate par page: 2 400
Largeur de la page: 13⅛"
Hauteur de la page: 21½"
Pages centrales: 26⅞" x 21½"

1090

LE MESSAGER DE LASALLE-THE MESSENGER

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1953, publié le mardi
Édité en français et anglais par Les Publications Dumont (1973) Inc.
9216, Boivin
Lasalle
H8R 2E7
Téléphone: (514) 363-5656
Grand format
Coût du numéro: gratuit,
0.40$ par courrier
Coût de l'abonnement
Canada: 25$/an
Autres pays: 40$/an

Personnel de direction
Directeur-gérant: Roger Gagnon

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction: Alain Allard

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité nationale: Roger Gagnon

1100

LE/THE MESSAGER DE VERDUN

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1913, publié le mercredi
Édité en français et anglais par les Publications Dumont (1973) Inc.
3136, boul. Lasalle
Verdun
H4G 1Y9
Téléphone: (514) 768-2544
Grand format
Coût du numéro: gratuit
0,50$ par abonnement
Coût de l'abonnement
Canada: 30$/an
Autres pays: 35$/an

Personnel de direction
Éditeur: Léo Forget
Directeur: Maurice Duhamel

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 15 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Christopher Neal

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Maurice Duhamel

Tarifs publicitaires
Carte No 42N en vigueur le 1er mars 1980

Annonce courante
Tarif national: 0.40$ la ligne agate

Annonce couleur
85$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante
Quadrichromie: 475$ (minimum 600 lignes)

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux, municipaux et gouvernementaux
0.40$ la ligne agate
Annonce politique: 0.40$ la ligne agate
Annonce genre texte: 0.42$ la ligne agate
Annonces classées: 2$ pour 10 mots
0.10$ le mot additionnel
Annonce encadrée: 0.40$ la ligne agate
minimum: 14 lignes agate (1 pouce)

Exigences minimales et maximales
1 colonne, 20 lignes, ensuite 20 lignes par colonne utilisée.
Toute annonce de 260 lignes de hauteur sera facturée à la pleine hauteur de colonne, soit 260 lignes.

Réservations et heures de tombée
Vendredi précédant le jour de la publication, à midi.

Là où une épreuve est exigée, la copie doit parvenir huit (8) jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9 picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8
Utilisent repros de toutes grandeurs

Modalités de paiements
Commission à l'agence sur annonce encadrée seulement.

Divers
Annonces de spiritueux et de bière acceptées sujettes aux lois provinciales.
Toute annonce sujette à l'approbation de l'éditeur.

1110

THE MONITOR

AJHC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1925, publié le mercredi
Édité en anglais par Les Publications Urbaines Inc.
6525, avenue Somerled, bureau 3
Montréal
H4V 1S7
Téléphone: (514) 482-2545
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,20$
Coût de l'abonnement: 30$/an, 20$/6 mois

Personnel de direction
Éditeur: I. Lou Miller

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 10 h

Personnel
Rédacteur en chef: Ross Worrall

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er mars 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 000 lignes: 0,37$
10 000 lignes: 0,35$
15 000 lignes: 0,34$
25 000 lignes: 0,32$
50 000 lignes: 0,29$
100 000 lignes: 0,26$
150 000 lignes: 0,24$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur:
100$ en sus du tarif d'une annonce courante.
Noir et 2 couleurs:
200$ en sus du tarif d'une annonce courante.
4 couleurs: 525$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Encarts et suppléments publicitaires
jusqu'à 8 pages: 37,50$
10 à 16 pages: 42$
Livraison partielle plus 10%
(distribution complète 1 000 copies).

Page ou position spécifiées
25% en sus

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Nombre de lignes agate par page: 1 200
Largeur de la page: 10¼"
Hauteur de la page: 14⅛"
Pages centrales: 21⅛" x 14⅛"

1120

NEWS AND CHRONICLE

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1924, publié le jeudi
Édité en anglais par the Lakeshore News Ltd
15, avenue Cartier
Pointe-Claire
H9S 4R7
Téléphone: (514) 695-9150
Grand format
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement: par la poste, 25$/an

Personnel
Éditeur: James Wood

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 18 h

Personnel
Rédactrice en chef: Jeannette Tremblay-Burley

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Alain Ledoux

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,40$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 000 lignes: 0,35$
10 000 lignes: 0,30$
15 000 lignes: 0,30$
25 000 lignes: 0,28$
50 000 lignes: 0,28$
100 000 lignes: 0,26$
150 000 lignes: 0,25$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur:
100$, en sus du tarif d'une annonce courante.
Noir et 2 couleurs:
200$, en sus du tarif d'une annonce courante.
3 couleurs: 500$, en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Encarts et suppléments publicitaires
jusqu'à 8 pages: 35$
10 à 16 pages: 42,50$
18 à 24 pages: 47$

Page ou position spécifiées
25% en sus.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9 picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8
Nombre de lignes agate par page: 2 400
Largeur de la page: 13⅛"
Hauteur de la page: 21½"
Pages centrales: 26⅛" x 21½"

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
21 306

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%
Île de Montréal	92,8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Pointe-Claire	24,9
Beaconsfield	16,4
Dollard-des-Ormeaux	11,7
Dorval	11,5
Pierrefonds	8,8
Kirkland	8,3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,2%

* À partir des données de la recension ABC du 26 juin 1980

1130

NOUVEAU JOURNAL SAINT-MICHEL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français et italien au
8052, boul. Saint-Michel, bureau 1
Montréal
H1Z 3E1
Téléphone: (514) 721-4911
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur: Léo Bricault

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi précédent

Personnel
Responsable de la rédaction: Léo Bricault
Responsable de l'information: René Morasse

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité:
Colombe Joncas (514) 274-6571

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0.45$ la ligne agate
Tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains) 4.50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit

Volume	la ligne agate	tarif combiné (les 12 Hebdos métropolitains)
	$	$
2 000 lignes	0.39	4.05
5 000 lignes	0.38	3.90
10 000 lignes	0.37	3.85
25 000 lignes	0.35	3.75

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts:
4 pages tabloïd: 29$ le 1 000
8 pages tabloïd: 31$ le 1 000
12 pages tabloïd: 33$ le 1 000
16 pages tabloïd: 36$ le 1 000
20 pages tabloïd: 38$ le 1 000
24 pages tabloïd: 40$ le 1 000
28 pages tabloïd: 43$ le 1 000
32 pages tabloïd: 45$ le 1 000

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 192 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
15% d'escompte aux agences et escompte de 2% sur paiement net, pour le tarif combiné (12 HM) de 25 000 lignes et plus

1140

NOUVELLES DE L'EST

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1946, publié le mardi
Édité en français par Les Éditions du Quartier Inc.
3019 Sherbrooke est, bureau 221
Montréal
H1W 1B3
Téléphone: (514) 524-1147
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: $20/an

Personnel de direction
Éditeur: Denis Blanchard
Directeur: Laurent Blanchard

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi matin

Personnel
Responsable de la rédaction: Christine Tellier

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699 Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité nationale:
Colombe Joncas (514) 274-6571
Responsable de la publicité locale:
Renée Martin

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur depuis janvier 1981.

Annonce courante
0,45$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 000 lignes: 0.39$
5 000 lignes: 0.38$
10 000 lignes: 0.37$
25 000 lignes: 0.35$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur:
115$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts
4 pages tabloïd ou moins: 29$ le mille
8 pages tabloïd: 31$ le mille
12 pages tabloïd: 33$ le mille
16 pages tabloïd: 36$ le mille
20 pages tabloïd: 38$ le mille
24 pages tabloïd: 40$ le mille
28 pages tabloïd: 43$ le mille
32 pages tabloïd: 45$ le mille

Page ou position spécifiées
25% de surplus, sujet à l'approbation de l'éditeur.
2 pages centrales: l'annonce sera acceptée pour les deux pages centrales (double-spread) et sera chargée à 2 400 lignes et doit être réservée à l'avance (129 picas x 190 lignes agate).

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 190 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
La page entière comprend 190 lignes par 6 colonnes ou 1 140 lignes.
Largeur de la page: 10 pouces
Hauteur de la page: 13½ pouces
Trame: 85

1150

LES NOUVELLES/ THE NEWS

AJHC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1951, publié le mercredi
Édité en français et anglais par Les Publications Urbaines Inc.
6525, avenue Somerled
Montréal
H4V 1S7
Téléphone: (514) 482-2545
Format: tabloid
Coût du numéro: gratuit
0.20$ pour les numéros vendus

Personnel de direction
Éditeur: I. Lou Miller

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 11 h

Personnel
Rédacteur en chef: Ross Worrall

1160

PROGRÈS DE SAINT-LÉONARD ET NOUVEAU ROSEMONT

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1946, publié le mercredi
Édité en français par La Société Générale de Publication Inc.
5699 Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 18,20$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur général:
Jacques Dion
Directeur gérant: André Bénard

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi midi

Personnel
Responsable de la rédaction: Jacques de Laplante
Responsable de l'information: André Bénard

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699 Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité nationale:
Jacques Dion (514) 274-6571

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
0.50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 000 lignes: 0,44$
5 000 lignes: 0,43$
10 000 lignes: 0,42$
25 000 lignes: 0,40$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 115$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Encarts
4 pages tabloïd ou moins: 29$ le mille
8 pages tabloïd: 31$ le mille
12 pages tabloïd: 33$ le mille
16 pages tabloïd: 36$ le mille
20 pages tabloïd: 38$ le mille
24 pages tabloïd: 40$ le mille
28 pages tabloïd: 43$ le mille
32 pages tabloïd: 45$ le mille

Page ou position spécifiées
25% de surplus, sujet à l'approbation de l'éditeur.
2 pages centrales: l'annonce sera acceptée pour les deux pages centrales (double-spread) et sera chargée à 2 400 lignes et doit être réservée à l'avance (129 picas x 190 lignes agate).

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 190 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
La page entière comprend 190 lignes par 6 colonnes ou 1 140 lignes.
Largeur de la page: 10 pouces
Hauteur de la page: 13½ pouces
Trame: 85

1170

LE PROGRÈS DE VILLERAY

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1934, publie le mardi
Edité en français par Les Editions de Villeray Ltée
7577, Saint-Hubert
Montréal
H2R 2N7
Téléphone: (514) 279-8419
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directrice et éditrice:
Nicole Gagnon-Larocque

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi midi

Personnel
Responsable de la rédaction:
Jocelyne Moisan-Blanchet

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité nationale:
Colombe Joncas
Téléphone: (514) 274-6571
Responsable de la publicité locale:
Nicole Gagnon-Larocque

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
0.35$ la ligne agate
Tarif combiné 12 journaux: 4.50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 000 lignes: 0.39$
5 000 lignes: 0.38$
10 000 lignes: 0.37$
25 000 lignes: 0.35$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur:
100$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts
4 pages tabloïd ou moins: 29$ le mille
8 pages tabloïd: 31$ le mille
12 pages tabloïd: 33$ le mille
16 pages tabloïd: 36$ le mille
20 pages tabloïd: 38$ le mille
24 pages tabloïd: 40$ le mille
28 pages tabloïd: 43$ le mille
32 pages tabloïd: 45$ le mille

Page ou position spécifiées
25% de surplus, sujet à l'approbation de l'éditeur
2 pages centrales: l'annonce sera acceptée pour les deux pages centrales (double-spread), sera chargée à 2 400 lignes et doit être réservée à l'avance (129 picas x 190 lignes agate)

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 180 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
La page entière comprend 180 lignes par 6 colonnes ou 1 080 lignes.
Largeur de la page: 10 pouces
Hauteur de la page: 13½ pouces
Trame: 85

1180

LE PROGRÈS DU NORD

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1954, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions de Villeray
7577, Saint-Hubert
Montréal
H2R 2N7
Téléphone: (514) 279-8419
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditrice et directrice: Nicole Gagnon-Larocque

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi midi

Personnel
Responsable de la rédaction:
Jocelyne Moisan-Blanchet

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Personnel
Responsable de la publicité nationale:
Colombe Joncas
Téléphone: (514) 274-6571
Responsable de la publicité locale:
Nicole Gagnon-Larocque

Tarifs publicitaires
Carte No 14 des Hebdos métropolitains en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
0.35$ la ligne agate
Tarif combiné 12 journaux: 4.50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 000 lignes: 0.39$
5 000 lignes: 0.38$
10 000 lignes: 0.37$
25 000 lignes: 0.35$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 100$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
4 pages tabloïd ou moins: 29$ le mille
8 pages tabloïd: 31$ le mille
12 pages tabloïd: 33$ le mille
16 pages tabloïd: 36$ le mille
20 pages tabloïd: 38$ le mille
24 pages tabloïd: 40$ le mille
28 pages tabloïd: 43$ le mille
32 pages tabloïd: 45$ le mille

Page ou position spécifiées
25% de surplus, sujet à l'approbation de l'éditeur
2 pages centrales: l'annonce sera acceptée pour les deux pages centrales (double-spread) et sera chargée à 2 400 lignes et doit être réservée à l'avance (129 picas x 190 lignes agate)

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 180 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
La page entière comprend 180 lignes par 6 colonnes ou 1 080 lignes
Largeur de la page: 10 pouces
Hauteur de la page: 13½ pouces
Trame: 85

1190

LA SEMAINE

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mardi
Édité en français par les Éditions le Gardeur Inc.
216, Notre-Dame
Repentigny
J6A 2R2
Téléphone: (514) 585-3631
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 20$/an

Personnel de direction
Directeur général: Marcel Veilleux

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Marcel Veilleux
Responsable de l'information: Odette Michel

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Marcel Veilleux

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0.37$ la ligne agate

Annonce couleur
125$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante
(réserver une semaine à l'avance)

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0.30$ la ligne agate
Annonce politique: 0.35$ la ligne agate
Nomination: 0.35$ la ligne agate
Annonces classées: 0.30$ le mot (minimum 6$)

Page ou position spécifiées
25%, en sus du tarif d'une annonce courante

Exigences minimales et maximales
Minimum: 1 colonne, 14 lignes
Maximum: 7 colonnes, 195 lignes

Réservations et heures de tombée
Jeudi 17 h précédant le jour de publication.
Pour épreuve, les textes doivent parvenir 15 jours, avant la date de publication

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 195 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Net 30 jours
Escompte 2% si payé dans les 10 jours.
Aucune commission d'agence sur les annonces classées.

Divers
Frais de composition: 2%
Toutes les annonces sont sujettes à l'approbation de l'éditeur.
Annonces de spiritueux et de bière acceptées, sujettes aux lois provinciales.

1200

THE SUBURBAN

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1963, publié le mercredi
Édité en français et anglais au
8170, Wavell Road
Montréal
H4W 1M3
Téléphone: (514) 484-1107
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur: Max Wollock
Directeur: Michael A. Wollock
Nom des éditions: Côte Saint-Luc (incluant Hampstead, Snowdon, Montréal-ouest)
La seule édition déposée légalement

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Max Wollock
Directeur de l'information: Michael A. Wollock

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Michael A. Wollock

Tarifs publicitaires
Carte No 70, en vigueur le 1er décembre 1980
Tarif combiné (pour toutes les éditions)
0.95$ la ligne agate
Tarif local (pour l'édition de Côte Saint-Luc)
0.53$ la ligne agate

1210

TOWN OF MOUNT ROYAL WEEKLY POST

AJHC/AJHQ

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1940, publié le jeudi
Édité en anglais par Post Publishing Co. Ltd.
233, avenue Dunbar
Ville Mont-Royal
H3P 2H4
Téléphone: (514) 739-3302

Format: tabloïd
Coût de l'abonnement
Canada: 8$/an
Autres pays: 17.50$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Lawrence Hibbert Jr

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Lawrence Hibbert Jr

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité
Lawrence Hibbert Jr

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0.30$ la ligne agate

1220

LA VOIX POPULAIRE

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1946, publié le mardi
Edité en français par Les Éditions La Voix Populaire Inc
1735, de l'Église
Montréal
H4E 1G6
Téléphone: (514) 768-4777
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.60$
Coût de l'abonnement: 30$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean-Jacques Mercier
Président et directeur général: Claude Mercier

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction
Jean-Pierre Trudel
Responsable de l'information
Claude Mercier

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Jean-Honoré Mercier

Tarifs publicitaires
Carte No 29 en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante
Promotions spéciales: 0.55$ la ligne agate
Tarif national: 0.50$ la ligne agate
Tarif général sans contrat: 0.50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
2 500 lignes et plus: 0.45$
5 000 lignes et plus: 0.40$
10 000 lignes et plus: 0.38$
20 000 lignes et plus: 0.36$
30 000 lignes et plus: 0.34$
40 000 lignes et plus: 0.32$
50 000 lignes et plus: 0.30$

Annonce couleur
25% sur le tarif applicable

Catégories particulières d'annonces
Les annonces de type éditorial, avec le nom ou la marque de commerce de l'annonceur, sans marge, espace minimum 14 lignes: tarif doublé
Avis légaux: 0.50$
Annonces politiques: 0.50$
Petites annonces: 2.50$ pour 10 mots
par mot additionnel: 0.10$
Pour une meilleure reproduction, l'éditeur recommande l'utilisation de « repros », des dessins originaux ou de photographies, blanc et noir. Les flans ne sont pas acceptés. Trame ou renversé: 3$ chacun

Page ou position spécifiées
Toute position garantie: 25% en plus, sur le tarif applicable

Exigences minimales et maximales
Hauteur minimum pour toute annonce: 14 lignes agate
Hauteur maximum: 190 lignes agate

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 190 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Imprimé par lithographie (offset)
Procédé « offset », positions spéciales ou autres, disponibles sur entente préalable afin d'assurer le contrôle des disponibilités

Divers
Contrat accepté pour une durée maximum d'un an (12 mois)
L'annonce d'un concours devra aussi inclure la publication des résultats
L'annonceur accepte de ne pas tenir Les Éditions La Voix Populaire Inc., responsable de la non publication éventuelle de toute annonce, quelle qu'en soit la cause. De plus, en cas d'erreur dans l'impression, l'éditeur ne sera responsable que pour le coût de l'espace utilisé
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
37 000

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
Île de Montréal	100.0	100.0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
Montréal	100.0

1230

THE WESTMOUNT EXAMINER

AJHC/OWNA

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le jeudi
Edité en anglais par J.W. Sancton and Sons Ltd.
155, Hillside
Montréal
H3Z 2Y8
Téléphone: (514) 932-3157
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.20$
Coût de l'abonnement
Canada: 4.50$/6 mois, 8.50$/an, 16$/2 ans, 22.50$/3 ans
A l'étranger: 11$/an

Personnel de direction
Éditeur: J.W. Sancton

Montréal
Banlieue Sud de Montréal

1240

LE COURRIER DU SUD/THE SOUTH SHORE COURIER

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Edité en français et anglais par La Compagnie d'Imprimerie et de Publication de la Rive-sud Ltée
267, Saint-Charles ouest
Longueuil
J4H 1E3
Téléphone: (514) 463-2730
Grand format
Coût du numéro: 0.15$
Coût de l'abonnement: 52$/an

Personnel de direction
Directeur: Jean-Paul Auclair
Gérant: Jules Racine

INFORMATION
Agence de presse: Sud-Presse Ltée

Personnel
Rédacteur en chef: Lucien Beauregard

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos Rive-Sud
Téléphone: (514) 463-2730

1250

COURRIER MAG

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par La Compagnie d'Imprimerie et de Publication de la Rive-Sud Ltée
267, Saint-Charles ouest
Longueuil
J4H 1E3
Téléphone: (514) 463-2730
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directeur: Jean-Paul Auclair
Gérant: Jules Racine

INFORMATION
Agence de presse:
Sud-Presse Ltée

Personnel
Rédacteur en chef: Lucien Beauregard

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos Rive-Sud
Téléphone: (514) 463-2730

1260

COURRIER MAG EXPANSION

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1936, publié le mercredi
Édité en français et anglais au 1136, Victoria, bureau 201
Ville Lemoyne
J4R 1R1
Téléphone: (514) 465-1211
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Gérant: Luc Moreau

INFORMATION
Agence de presse:
Sud-Presse Ltée

Personnel
Responsable de la rédaction: Lucien Beauregard

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos Rive-Sud
Téléphone: (514) 463-2730

1270

LE REFLET

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français au 9, boul. Montcalm nord, bureau 385
Candiac
J5R 3L5
Téléphone: (514) 659-9146
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directeur général: Paul Blackburn, B.A.

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos Rive-Sud
Téléphone: (514) 463-2730

Personnel
Directeur de la publicité: Alain Brabant

1280

LA SEIGNEURIE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français au 414, Marie Victorin
Boucherville
J4B 1W3
Téléphone: (514) 655-1967
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/an
À l'étranger: 11$/an

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos Rive-Sud
Téléphone: (514) 463-2730

Montreal
Saint-Jean – Valleyfield – Beauharnois

1290

LE CANADA-FRANÇAIS

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions le Canada-français Ltée
84, Richelieu
Saint-Jean-sur-Richelieu
J3B 6X3
Téléphone: (514) 347-0323
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,45$
Coût de l'abonnement
Canada: 13$/6 mois; 23$/an
Pays étrangers: 44$/6 mois; 85$/an

Personnel de direction
Directeur général: Robert Paradis

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi midi précédent

Personnel
Rédacteur en chef: Richard Lafontaine
Directeur de l'information: Paul-Émile Lévesque

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité: Normand McNeil

Tarifs publicitaires
Carte No 81-1 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981, carte locale en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,44$ la ligne agate
Tarif local (sans contrat): 0,37$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 200 lignes et plus: 0,35$
5 000 lignes et plus: 0,33$
10 000 lignes et plus: 0,31$
15 000 lignes et plus: 0,30$
25 000 lignes et plus: 0,29$
40 000 lignes et plus: 0,28$
50 000 lignes et plus: 0,27$
60 000 lignes et plus: 0,26$
90 000 lignes et plus: 0,25$
Annonce payée comptant: 0,34$
4 pages consécutives et plus dans la même édition sans-contrat: 0,26$

Annonce couleur
Couleur: 75$ en sus du tarif d'une annonce courante.
Couleur certifiée: 50$ en sus du tarif d'une annonce courante.
Process couleurs: 650$

Catégories particulières d'annonces
Avis public: 0,37$
Annonce légale: 0,37$
Annonce d'élections: 0,37$
Photo commerciale: 15$ l'unité, 5$ la copie
Annonce renversée: 25% en sus, (minimum 50$)
Encarts: copies identifiées au nom du journal, datées en page un et livrées à l'imprimerie le vendredi précédant la parution.
4 pages tabloïd: 0,044$ la copie
8 pages tabloïd: 0,054$ la copie
12 pages tabloïd: 0,06 $ la copie
16 pages tabloïd: 0,066$ la copie
20 pages tabloïd: 0,072$ la copie
24 pages tabloïd: 0,078$ la copie
28 pages tabloïd: 0,084$ la copie
32 pages tabloïd: 0,09 $ la copie
36 pages tabloïd: 0,094$ la copie
40 pages tabloïd: 0,099$ la copie
2 journaux: escompte de 10%
Circulaire* faite par notre service de publication: 0,26$ la ligne (tabloïd) – 0,25$ la ligne (grand format); minimum 8 pages.
N.B.: copies à l'imprimerie le vendredi précédant la parution.
* Si encart, ajouter 250$.

Page ou position spécifiées
25% en sus (minimum 50$)
Le journal se réserve toutefois le droit d'annuler la couleur certifiée ou la position assurée, afin de répondre aux besoins impératifs de l'imprimerie.

Précisions typographiques
Nombre de colonnes par page: 7
Nombre de lignes agate par page: 1 400
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Largeur de la colonne: 8,4 picas

Modalités de paiements
Les annonces seront facturées, chaque semaine, au tarif consenti par le contrat.
Les termes de paiements: net 30 jours et 1½% de frais d'administration par mois après 30 jours.

Divers
La responsabilité du journal ne dépassera en aucun temps le montant de l'annonce publiée et apparaissant sur la facture. Les réclamations provenant des annonces devront être transmises aux éditeurs au plus tard 72 heures après publication.
Toutes les annonces fournies par le client annonceur seront sujettes à l'acceptation de l'éditeur.
Sauf si le vélox est fourni par le client, les Éditions le Canada-français Limitée demeureront propriétaires de la feuille de montage, de la conception et des oeuvres de l'annonce publicitaire achetée par la présente. Ladite annonce publicitaire, qui est soumise à la Loi concernant le droit d'auteur, ne pourra être utilisée ou reproduite, en tout ou en partie, nulle part ailleurs, y compris dans d'autres journaux, sans la permission expresse et écrite d'un représentant dûment autorisé de la compagnie Les Éditions le Canada-français Limitée.
L'acheteur dégage, par les présentes, les Éditions le Canada-français Limitée, de toute responsabilité concernant le contenu de l'annonce publicitaire achetée par le présent contrat.
Les Éditions le Canada-français Limitée se réservent le droit de modifier les prix mentionnés dans le présent contrat, uniquement dans le cas d'une augmentation des coûts d'impression ou du papier journal.
Advenant que les Éditions le Canada-français Limitée doivent confier la perception d'une partie ou de la totalité du prix mentionné au présent contrat à un avocat, un montant additionnel équivalant à 20% du montant à percevoir sera dû et exigé.
Traduction: 15% en sus, minimum 25$.
Le tarif spécial ne sera consenti qu'au moment où le nombre de lignes agate aura été utilisé selon les conditions susmentionnées. Dans le cas contraire, un réajustement de taux à la catégorie précédente atteinte et plus élevée sera fait.
Le paiement de ce réajustement est exigible dans les dix jours de la réception de la facture.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
14 082

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Saint-Jean	71,4	71,4
Iberville	21,1	92,5

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Saint-Jean (zone urbaine)	81,6

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,1%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

1300

COUP D'OEIL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français au 217, Saint-Gervais
Napierville
J0J 1L0
Téléphone: (514) 245-3344
C.P. 129
Napierville
J0J 1L0
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 9$/6 mois; 18$/an

Personnel de direction
Directeur général: Denis Jetté

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Yves Mallette

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Denis Jetté

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,44$ la ligne agate
Tarif local: 0,24$ la ligne agate

1310

COURRIER EXPRESS DE VAUDREUIL-SOULANGES

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1980, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions Cardin Inc
100 boul. Harwood
Dorion
J7V 5V8
Téléphone: (514) 455-6191
C.P. 37
Dorion
J7V 5V8
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Président-éditeur: Denis Cardin
Directeur général: Yvan Bélanger

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Rédactrice en chef: Denise Leduc

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Yvan Bélanger

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Annonce courante
Tarif national 0,33$ la ligne agate
Tarif local 0,30$ la ligne agate

Catégories particulières d'annonces
Annonces politiques: 0,36$ la ligne agate

1320

L'ÉCHO

ODC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1957, publié le mardi
Édité en français par Les Éditions de l'Écho
123, Dumont
Dorion
J7V 1W9
Téléphone: (514) 455-6111
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Président-éditeur: Raymond Lefebvre
Directeur général: Laurier Tranchemontagne

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h précédant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Marcel Auclair

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Micheline Clément

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,35$ la ligne agate

Annonce couleur
85$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis publics: 0,35$ la ligne agate
Annonces politiques: 0,35$ la ligne agate
Annonces légales: 0,35$ la ligne agate
Annonces classées (minimum par annonce): 3,50$

Page ou position spécifiées
Haut de page ou autre sur demande: extra 0,10$

Réservations et heures de tombée
Mardi midi précédant la publication.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
1 page: 1 200 lignes
Repros requis
Procédé d'impression: offset

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
18 148

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
Vaudreuil	79,1	79,1
Soulanges	17,7	96,8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
Vaudreuil	17,8
Dorion	16,5
Pincourt	12,5
Île Perrot	11,3
Rigaud	8,8

1330

L'ÉTOILE DE L'OUTAOUAIS SAINT-LAURENT

ODC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le jeudi
Édité en français au 123, Dumont
Dorion
J7V 1W9
Téléphone: (514) 455-6111
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Président-éditeur: Raymond Lefebvre
Directeur général: Laurier Tranchemontagne

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 12 h

Personnel
Responsable de la rédaction et l'information: Marcel Auclair

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Micheline Clément

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,35$ la ligne agate

Annonce couleur
85$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis publics: 0,35$ la ligne agate
Annonces politiques: 0,35$ la ligne agate
Annonces légales: 0,35$ la ligne agate
Annonces classées (minimum par annonce): 3,50$

Page ou position spécifiées
Haut de page ou autre sur demande: extra 0,10$

Réservations et heures de tombée
Mardi midi précédant la publication.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
1 page: 1 200 lignes
Repros requis
Procédé d'impression: offset

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
18 152

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
Vaudreuil	79,1	79,1
Soulanges	17,7	96,8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
Vaudreuil	17,8
Dorion	16,5
Pincourt	12,5
Île Perrot	11,3
Rigaud	8,8

1340

THE GLEANER

ABC/AJHC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1863, publié le mercredi
Édité en français et anglais par Huntingdon Gleaner Inc.
220, Châteauguay
Huntingdon
J0S 1H0
Téléphone: (514) 264-5364
C.P. 130
Huntingdon
J0S 1H0
Grand format
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement
Canada: 12,50$/an
États-Unis: 14,50$/an

Personnel de direction
Président: Roger H. Daoust

INFORMATION
Moment de tombée
Le mardi matin

Personnel
Responsable de l'information: Cyril Alary
Rédactrice: Judy Taylor

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité: Roger H. Daoust

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,30$ la ligne agate
Annonces politiques: 0,30$ la ligne agate
Annonces gouvernementales: 0,30$ la ligne agate
Matière à lire: 0,32$ la ligne agate
Annonce classée: minimum 4,75$ (15 mots) 0,06$ pour chaque mot en sus
Annonce encadrée: 0,34$ la ligne agate (minimum 28 lignes agate).

Page ou position spécifiées
25% en plus

Réservations et heures de tombée
Heure de tombée: à midi, le lundi précédant la publication.
Lorsque des épreuves sont exigées, la copie doit parvenir au bureau, 10 jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9 picas
Hauteur de la colonne: 308 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 9
Espace pour écriture dans pleine page: 16 x 21¼
Copies ou repros brillantes peuvent être utilisées.
Procédé d'impression: offset

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Escompte au comptant: 2% le 15 du mois suivant.
Commission aux agences et escompte pour annonces encadrées seulement.

Divers
Pas de frais de composition.
Annonces de boissons alcoolisées et de tabac acceptées.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
4 616

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Huntingdon	63.0	63.0
Châteauguay	24.4	87.4

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Huntingdon	35.8
Ormstown	13.5
Hemmingford	9.7
Howick	7.3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
8,2%

* À partir des données de la recension ABC du 28 mars 1979

1350

L'INFORMATION RÉGIONALE

ODC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1952, publié le mercredi
Édité en français et anglais par
Les Publications du Lac Saint-Louis Inc
110A, boul. Saint-Jean-Baptiste
Châteauguay
J6K 3A8
Téléphone: (514) 691-3863
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement
Canada: 20$/an, 35$/2 ans
À l'étranger: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: Daniel Cyr
Président et directeur: Jean-Louis Paquin

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef: Daniel Cyr

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: André Gendron

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
0,37$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 7

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
20 700

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
Châteauguay	60.5	60.5
Beauharnois	18.7	79.2
Napierville	12.4	91.6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
Châteauguay	40.5
Beauharnois	10.4
Saint-Rémi	5.2

1360

JOURNAL LE SAINT-FRANÇOIS

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mardi
Édité en français par Les Éditions Gérard Cadieux Inc
211, Victoria
Valleyfield
J6T 1A8
Téléphone: (514) 371-6222
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 20$/an

Personnel de direction
Président et directeur général: Gérard Cadieux

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction: Denis Bourbonnais

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Pierre Sauvé

Tarifs publicitaires
Carte No 5 en vigueur depuis juin 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,40$ la ligne agate
Tarif local:
0 – 3 600 lignes agate: 0,26$
3 600 – 7 200 lignes agate: 0,25$
7 200 – 16 000 lignes agate: 0,24$
16 000 – 25 000 lignes agate: 0,23$
25 000 – 40 000 lignes agate: 0,22$
40 000 – 75 000 lignes agate: 0,21$
75 000 – 100 000 lignes agate: 0,20$
100 000 – 150 000 lignes agate: 0,19$
150 000 – 200 000 lignes agate: 0,18$
200 000 lignes agate et plus: 0,17$

Annonce couleur
100$ en sus du tarif national d'une annonce courante
80$ en sus du tarif local d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Matière à lire, annonces politiques, avis légaux: 0,40$ la ligne agate
Circulaires (encartage): national 45$/1 000, local 35$/1 000

Page ou position spécifiées
20% de plus

Réservations et heures de tombée
National: le vendredi midi
Local: le samedi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ ems
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Colonnes par page: 6
Format: 1 page 200 x 6, 1 200 lignes

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 0,15$ la ligne agate

1370

LAKE OF TWO MOUNTAINS GAZETTE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1940, publié le jeudi
Édité en anglais par the Lake of Two Mountains gazette Ltd.
475, Main Road
Hudson
J0P 1H0
Téléphone: (514) 458-5482
C.P. 70
Hudson
J0P 1H0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,20$
Coût de l'abonnement:
Local: 10$/an
États-Unis et autres pays: 12$/an

Personnel de direction
Éditeur: Ronald G. Jones

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Ronald G. Jones

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Ronald G. Jones

Tarifs publicitaires
Carte No 25 en vigueur le 1er mai 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate
Aucun frais pour la composition de caractères de 9 points ou plus

Annonce couleur
55$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante.
Minimum 600 lignes.

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux gouvernementaux et municipaux: 0,30$ la ligne agate.
Matière à lire: 0,30$ la ligne agate.
Annonce classées: 1,50$ (minimum 21 mots) 3$ pour 3 semaines.
0,10$ par mot additionnel.
En-têtes spéciaux: 10 points, 0,20$ supplémentaires.
18 points, 0,40$ supplémentaires.
Annonce classées encadrées: 0,30$ la ligne agate.
minimum de 50 lignes agate.
Circulaires tabloïd (minimum 3 000 copies): 0,05$ la copie.

Page ou position spécifiées
Position spéciale non disponible.

Exigences minimales et maximales
Espace minimum: 1 colonne 50 lignes, ensuite, 25 lignes par colonne utilisée.
Espace maximum: toute annonce, ayant une hauteur de plus de 200 lignes, sera facturée comme une colonne complète de 225 lignes.

Réservations et heures de tombée
Pour l'espace: le vendredi précédant la publication.
Pour le matériel: le lundi midi.
Lorsque des épreuves sont requises, les copies doivent parvenir 12 jours, avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9 picas
Hauteur de la colonne: 225 lignes agate
Nombre de colonnes: 6
Page complète: 16" x 10¼"
Page double: 16" x 21½"
Matériel requis: repros
Imprimé par procédé offset.

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Escompte: 2%

Divers
La publicité pour l'alcool et la bière est acceptée.
Commission aux agences applicables, seulement aux petites annonces commerciales.

1380

LE RICHELIEU AGRICOLE

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1936, publié le mardi
Édité en français par Promotion G et P Inc.
84-A Richelieu
St-Jean-sur-Richelieu
J3B 6X3
Téléphone: (514) 347-5371
C.P. 383
St-Jean-sur-Richelieu
J3B 6Z5
Format tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement: par la poste 15$/an

Personnel de direction
Directeur général: Robert Paradis

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi midi précédent

Personnel
Rédacteur en chef: Richard Lafontaine
Directeur de l'information:
Paul-Émile Lévesque

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538 Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité: Normand McNeil

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981
Carte locale en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,60$ la ligne agate
Tarif local: 0,39$ la ligne agate (sans contrat)

Escompte ou prix réduit
1 200 lignes et plus: 0,37$
5 000 lignes et plus: 0,35$
10 000 lignes et plus: 0,33$
15 000 lignes et plus: 0,32$
25 000 lignes et plus: 0,31$
40 000 lignes et plus: 0,30$
50 000 lignes et plus: 0,29$
60 000 lignes et plus: 0,28$
90 000 lignes et plus: 0,27$
Annonce payé comptant: 0,36$

Annonce couleur
Couleur: 75$ en sus du tarif d'une annonce courante.
Couleur certifiée: 50$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Avis public: 0,39$
Annonce légale: 0,39$
Annonce d'élections: 0,39$
Quatre pages consécutives et plus dans la même édition (sans contrat): 0,28$
Photo commerciale: 15$ l'unité, 5$ la copie
Encarts
4 pages tabloïd: 0,044$ la copie
8 pages tabloïd: 0,054$ la copie
12 pages tabloïd: 0,06 $ la copie
16 pages tabloïd: 0,066$ la copie
20 pages tabloïd: 0,072$ la copie
24 pages tabloïd: 0,078$ la copie
28 pages tabloïd: 0,084$ la copie
32 pages tabloïd: 0,09 $ la copie
36 pages tabloïd: 0,094$ la copie
40 pages tabloïd: 0,099$ la copie
2 journaux: escompte de 10%
Circulaire* faite par notre service de publication: 0,28$ la ligne (tabloïd)
0,27$ la ligne (grand format); minimum 8 pages
N.B.: copies à l'imprimerie le vendredi précédant la parution
* Si encart, ajouter 250$
Annonce renversée: 25% en sus, (minimum 50$)

Page ou position spécifiées
25% en sus, (minimum 50$)
Le journal se réserve toutefois le droit d'annuler la couleur certifiée ou la position assurée, afin de répondre aux besoins impératifs de l'imprimerie.

Précisions typographiques
Nombre de colonnes par page: 7
Nombre de lignes agate par page: 1 400
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate

Modalités de paiements
Les annonces seront facturées chaque semaine au tarif consenti par le contrat.
Les termes de paiements: net en trente (30) jours et un et demi pour cent (1½%) de frais d'administration par mois après trente (30 jours) de la date de parution.

Divers
La responsabilité du journal ne dépassera en aucun temps le montant de l'annonce publiée et apparaissant sur la facture. Les réclamations provenant des annonces devront être transmises aux éditeurs au plus tard 72 heures après publication.
Toutes les annonces fournies par le client annonceur seront sujettes à l'acceptation de l'éditeur.
Sauf si le velox est fourni par le client, le Richelieu agricole demeure propriétaire de la feuille de montage, de la conception et des oeuvres de l'annonce publicitaire achetée par la présente. Ladite annonce publicitaire soumise à la Loi concernant le droit d'auteur, ne pourra être utilisée ou reproduite, en tout ou en partie, nulle part ailleurs, y compris dans d'autres journaux, sans la permission expresse et écrite d'un représentant dûment autorisé du Richelieu agricole.
L'acheteur dégage, par les présentes, le Richelieu agricole de toute responsabilité concernant le contenu de l'annonce publicitaire achetée par le présent contrat. Le Richelieu agricole se réserve le droit de modifier les prix mentionnés dans le présent contrat, uniquement dans le cas d'une augmentation des coûts d'impression ou du papier journal.
Advenant que le Richelieu agricole doive confier la perception d'une partie ou de la totalité du prix mentionné au présent contrat à un avocat, un montant additionnel équivalant à vingt pour cent (20%) du montant à percevoir sera dû et exigé.
Traduction: 15% en sus, minimum 25$
Le tarif spécial ne sera consenti qu'au moment où le nombre de lignes agate aura été utilisé selon les conditions susmentionnées. Dans le cas contraire, un réajustement de taux à la catégorie précédente atteinte et plus élevée sera fait. Le paiement de ce réajustement est exigible dans les dix (10) jours de la réception de la facture.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte des Journaux Sélect du 1er février 1981
33 781

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
St-Jean	47.2	47.2
Missisquoi	20.6	67.8
Iberville	15.4	83.2
Rouville	12.5	95.7

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
St-Jean	33.4
Iberville	8.3
Farnham	6.6
St-Luc	6.3
Marieville	5.3

1390

LE SOLEIL DU SAINT-LAURENT

ODC/AJHC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1955, publié le mercredi
Édité en français par Le Soleil du Saint-Laurent (1964) Ltée
1533, boul. de Léry
Léry
J6N 1C3
Téléphone: (514) 692-8555
C.P. 98
Beauharnois
J6N 3C1
Grand format
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur et gérant général: Raymond Legault
Directeur: Peter Rozon
Nom des éditions
The Saint-Lawrence Sun/Le Soleil du Saint-Laurent, édition bilingue, distribuée principalement dans le territoire de Châteauguay

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi midi

Personnel
Responsable de la rédaction: Daniel Boucher
Responsable de l'information: Daniel Rosenburg

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité: Edgar Lacoste

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,45$ la ligne agate
Tarif local: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
150$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 9

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
39 275

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
Beauharnois	47.7	47.7
Châteauguay	42.3	90.0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
Valleyfield	31.2
Châteauguay	33.9
Beauharnois	8.8

Montreal
Granby – Saint-Hyacinthe
– Sorel

1400

L'AVENIR DE BROME-MISSISQUOI

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par La Société Avenir Brome-Missisquoi
350, Principale
Farnham
J2N 1L7
Téléphone: (514) 293-4732
Format: tabloid
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur et directeur général: Claude Poulin

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi midi

Personnel
Rédacteur en chef: Serge Poulin

PUBLICITÉ
Personnel
Gérant de la publicité: Mario Poulin

1410

LE COURRIER DE SAINT-HYACINTHE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1853, publie le mercredi
Édité en français par La Compagnie d'Imprimerie et de Comptabilité de Saint-Hyacinthe Ltée
655, avenue Sainte-Anne
Saint-Hyacinthe
J2S 7B6
Téléphone: (514) 773-6028
C.P. 340
Saint-Hyacinthe
J2S 5G4
Grand format
Coût du numéro: 0,45$
Coût de l'abonnement
Par camelot: 0,45$/sem.; 21$/an
Par la poste
Au Canada: 21$/an
Aux États-Unis: 35$/an

Personnel de direction
Président: Denis Chartier
Directeur: Pierre Bornais

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 11 h
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Pierre Bornais

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité: Gérard Côté

Tarifs publicitaires
Carte No 81 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,39$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
11 118

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Saint-Hyacinthe	70,5	70,5
Bagot	20,6	91,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Saint-Hyacinthe (zone urbaine)	60,8
Acton Vale	5,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,2%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

1420

LE COURRIER RIVIÉRA

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par Courrier riviéra
38-A, Augusta
Sorel
J3P 1A3
Téléphone: (514) 742-1002
Format: tabloid
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 25$/an

Personnel de direction
Président: Viateur Verrier
Directeur général: Raymond Beaulieu

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Directeur de l'information: Michel Crête

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Raymond Beaulieu

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate
Tarif local: 0,18$ la ligne agate

Annonce couleur
45$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaire: 9$
Encart: 35$ du mille

Réservations et heures de tombée
Jour de tombée: vendredi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Escompte: 2%

F2

1430

LES DEUX-RIVES

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1978, publié le mardi
Édité en français par Les Publications S.P.G. Inc.
77, Georges
Sorel
J3P 1C2
Téléphone: (514) 742-9409
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 30$/an

Personnel de direction
Éditeur, président et directeur général: Robert Auger

INFORMATION
Moment de tombée
Samedi précédent, 17 h

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Pierre Plante

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Philippe Fontaine

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate
Tarif local: 0,18$ la ligne agate

Annonce couleur
50$ par page pour une couleur

Catégories particulières d'annonces
Encarts: 30$/1 000

1440

LE/THE GUIDE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mardi
Édité en français et anglais par Les Éditions Tremplin
245, Principale
Cowansville
J2K 1J4
Téléphone: (514) 263-5288
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur: Charles Gagnon

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Charles Gagnon

1450

L'INFORMATION

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1974, publié le mardi
Édité en français par La Compagnie d'Imprimerie et de Publication de la Rive-Sud Ltée
99, boul. des Haut-Bois Sud
Sainte-Julie
Téléphone: (514) 694-0719
C.P. 359
Sainte-Julie
J0L 2C0
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 40$/an

Personnel de direction
Directeur: Jean-Guy Thériault

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef: Pierre Latreille

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Jean-Guy Thériault

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,75$ la ligne agate
Tarif local: 0,36$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
3 000 lignes et plus avec contrat: 0,32$
6 000 lignes et plus avec contrat: 0,29$
15 000 lignes et plus avec contrat: 0,27$
25 000 lignes et plus avec contrat: 0,26$
50 000 lignes et plus avec contrat: 0,25$
100 000 lignes et plus avec contrat: 0,24$
150 000 lignes et plus avec contrat: 0,23$
225 000 lignes et plus avec contrat: 0,22$
Lorsque l'annonceur obtient un tarif réduit en s'engageant, par contrat, à utiliser un nombre de lignes agate durant une certaine période, il devrait payer les réclames au tarif de l'échelle des prix réguliers, s'il n'a pas utilisé tout l'espace qui faisait objet de ce contrat.

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$ en sus du tarif d'une annonce courante (position aléatoire)

Catégories particulières d'annonces
Avis des municipalités et des commissions scolaires: 0,40$
Avis d'ordre judiciaire: 0,50$
Politique: 0,60$
Nominations: 0,50$
Annonces-signatures: 0,50$
Oeuvres bénévoles de charité: 0,22$
Publicité sous forme de reportage: 0,50$
Petites annonces
Annonces classées: 15 mots: 4$
0,10$ par mot additionnel
Annonces encadrées ou en renversé: 0,41$
Annonces section immeuble: 0,41$
Annonces section automobile: 0,41$
Encarts: format tabloïd jusqu'à 12 pages: 50$ le mille
16 pages et plus: 60$ le mille

Page ou position spécifiées
Page de droite, 15% en sus du tarif régulier
Dernière page avec couleur 50% en sus du tarif régulier.

Réservations et heures de tombée
Heure de tombée: 15 h
Pour obtenir une épreuve, le client devra faire parvenir le contenu de sa réclame cinq (5) jours ouvrables avant la publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Modalités de paiements
Paiement sur réception de la facture. Les comptes impayés, après un délai de 30 jours, seront assujettis au taux mensuel d'intérêt de 2% qui sera ajouté au solde du mois précédent.
Les réclames annulées après 9 h le vendredi seront facturées comme si elles avaient été publiées.

Divers
Les contrats de publicité ne devront pas excéder une période de six mois. Les hausses constantes des coûts de production contraignent l'éditeur à ajuster ses tarifs au même rythme.

1460

LE JOURNAL DE CHAMBLY

ODC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1966, publié le mardi
Édité en français par la Compagnie d'Imprimerie et de Publication de la Rive-Sud Ltée
2336, Bourgogne
Chambly
J3L 2A2
Téléphone: (514) 658-6516
(514) 658-3991
C.P. 175
Chambly
J3L 4B3
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 30$/an

Personnel de direction
Directeur gérant: Gilles Blaquière

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 17 h

Personnel
Directeur de l'information: Serge Lavallée

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire national
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Représentant publicitaire local
Les Hebdos Rive-Sud
Téléphone: (514) 463-2730

Personnel
Responsable de la publicité:
Gilles Blaquière
Daniel Noiseux

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,75$ la ligne agate
Tarif local: 0,36$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
3 000 lignes et plus avec contrat: 0,32$
6 000 lignes et plus avec contrat: 0,29$
15 000 lignes et plus avec contrat: 0,27$
25 000 lignes et plus avec contrat: 0,26$
50 000 lignes et plus avec contrat: 0,25$
100 000 lignes et plus avec contrat: 0,24$
150 000 lignes et plus avec contrat: 0,23$
225 000 lignes et plus avec contrat: 0,22$
Lorsque l'annonceur obtient un tarif réduit en s'engageant par contrat à utiliser un nombre de lignes agate durant une certaine période, il devrait payer les réclames au tarif de l'échelle des prix réguliers, s'il n'a pas utilisé tout l'espace qui faisait objet de ce contrat.

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$ en sus du tarif d'une annonce courante (position aléatoire)

Catégories particulières d'annonces
Avis des municipalités et des commissions scolaires: 0,40$
Avis d'ordre judiciaire: 0,50$
Politique: 0,60$
Nominations: 0,50$
Annonces-signatures: 0,50$
Oeuvres bénévoles de charité: 0,22$
Publicité sous forme de reportage: 0,50$
Petites annonces:
Annonces classées: 15 mots: 4$
0,10$ par mot additionnel
Annonces encadrées ou en renversé: 0,32$
Annonces section immeuble: 0,41$
Annonces section automobile: 0,36$
Encarts: format tabloïd jusqu'à 12 pages: 50$ le mille
16 pages et plus: 60$ le mille.

Page ou position spécifiées
Page de droite, 15% en sus du tarif régulier
Dernière page avec couleur 50% en sus du tarif régulier.

Réservations et heures de tombée
Heure de tombée: vendredi 12 h
Pour obtenir une épreuve, le client devra nous faire parvenir le contenu de sa réclame, cinq (5) jours ouvrables avant la publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Modalités de paiements
Paiement sur réception de la facture. Les comptes impayés, après un délai de 30 jours, seront assujettis au taux mensuel d'intérêt de 2% qui sera ajouté au solde du mois précédent.
Les réclames annulées après 15 heures, le vendredi, seront facturées comme si elles avaient été publiées.

Divers
Les contrats de publicité ne devront pas excéder une période de six mois. Les hausses constantes des coûts de production contraignent l'éditeur à ajuster ses tarifs au même rythme.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
14 005

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	*% cumulatif*
Chambly	51,6	51,6
Rouville	48,4	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
Chambly	51,6
Marieville	15,5
Saint-Césaire	10,9
Saint-Mathias	6,0

1470

LE JOURNAL DE SAINT-BRUNO

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par La Compagnie d'Imprimerie et de Publications de la Rive-Sud
1507, Roberval
Saint-Bruno-de-Montarville
J3V 3P8
Téléphone: (514) 653-3685
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 16,50$/an

Personnel de direction
Directeur: Michel Coutu

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Michel Coutu

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos Rive-Sud
Téléphone: (514) 463-2730

Personnel
Responsable de la publicité: Michel Coutu

Tarifs publicitaires
Carte No 18 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,75$ la ligne agate
Tarif local: 0,36$ la ligne agate (sans contrat)

Escompte ou prix réduit
Tarif local avec contrat
3 000 lignes et plus avec contrat: 0,32$
6 000 lignes et plus avec contrat: 0,29$
15 000 lignes et plus avec contrat: 0,27$
25 000 lignes et plus avec contrat: 0,26$
50 000 lignes et plus avec contrat: 0,25$
100 000 lignes et plus avec contrat: 0,24$
150 000 lignes et plus avec contrat: 0,23$
225 000 lignes et plus avec contrat: 0,22$
Lorsque l'annonceur obtient un tarif réduit, en s'engageant, par contrat, à utiliser un nombre de lignes agate durant une certaine période, il devrait payer les réclames au tarif de l'échelle des prix réguliers, s'il n'a pas utilisé tout l'espace qui faisait objet de ce contrat.

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$ en sus du tarif d'une annonce courante (position aléatoire)

Catégories particulières d'annonces
Avis des municipalités et des commissions scolaires: 0,40$
Avis d'ordre judiciaire: 0,50$
Politique: 0,60$
Nominations: 0,50$
Annonces-signatures: 0,50$
Oeuvres bénévoles de charité: 0,22$
Publicité sous forme de reportage: 0,50$
Petites annonces:
Annonces classées 15 mots: 4$
0,10$ par mot additionnel
Annonces encadrées ou en renversé: 0,41$
Annonces section immeuble: 0,41$
Annonces section automobile: 0,41$
Encarts: format tabloïd jusqu'à 12 pages: 32,50$ le mille
16 pages et plus: 35$ le mille.

Page ou position spécifiées
Page de droite, 15% en sus du tarif régulier
Dernière page avec couleur 50% en sus du tarif régulier.

Réservations et heures de tombée
Heure de tombée: lundi 17 h
Pour obtenir une épreuve, le client devra nous faire parvenir le contenu de sa réclame, cinq (5) jours ouvrables avant le publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7
Nombre de lignes agate par page: 1 400 lignes

Modalités de paiements
Paiement sur réception de la facture. Les comptes impayés, après un délai de 30 jours, seront assujettis au taux mensuel d'intérêt de

2% qui sera ajouté au solde du mois précédent.
Les réclames annulées, après 9 h le lundi, seront facturées, comme si elles avaient été publiées.

Divers
Les contrats de publicité ne devront pas excéder une période de six mois. Les hausses constantes des coûts de production contraignent l'éditeur à ajuster ses tarifs au même rythme.

1480

LE JOURNAL DES RIVIÈRES

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1972, publié le lundi
Édité en français et anglais par La Société d'Édition Des Rivières
16, Rivière
Bedford
J0J 1A0
Téléphone: (514) 248-3353
C.P. 368
Bedford
J0J 1A0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
À l'étranger: selon les tarifs postaux en vigueur

Personnel de direction
Éditeur: François Lévesque
Directrice: Denise Barrelet

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 15 h

Personnel
Éditorialiste: François Lévesque
Responsable de l'information: Denise Barrelet

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Isabelle Laflamme

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,32$ la ligne agate

Réservations et heures de tombée
Jeudi 15 h

Précisions typographiques
1 200 lignes par page
Impression: offset

1490

LE NOUVEAU CLAIRON

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1912, publié le mercredi
Édité en français par La Compagnie d'Imprimerie et de Comptabilité de Saint-Hyacinthe Ltée
655, Sainte-Anne
Saint-Hyacinthe
J2S 5G4
Téléphone: (514) 774-5375
C.P. 276
Saint-Hyacinthe
J2S 7B6
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 25$/an

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Guy Gagnon

1500

LA NOUVELLE REVUE

ODC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1930, publié le mercredi
Édité en français par La Nouvelle Revue de Granby Inc.
154, Principale, 2e étage
Granby
J2G 2V6
Téléphone: (514) 372-3605
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directeur: Guy Ponton

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi soir

Personnel
Rédacteur en chef: Jean-Pierre Jodoin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité locale:
Guy Ponton

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,38$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des journaux Sélect du 1er février 1981
16 775

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%
Shefford	100,0

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	%
Granby	100,0

1510

L'OEIL RÉGIONAL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1970, publié le mercredi
Édité en français au 513, boul. Laurier
Beloeil
J3G 4H8
Téléphone: (514) 467-1821
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 50$/an

Personnel de direction
Directeur: Guy Gilbert

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef: Marc Ledoux

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Guy Gilbert

Tarifs publicitaires
Carte No 19 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,85$ la ligne agate
Tarif local: 0,36$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
8 400 lignes et plus: 0,29$ la ligne agate
16 800 lignes et plus avec contrat: 0,27$
28 000 lignes et plus avec contrat: 0,26$
56 000 lignes et plus avec contrat: 0,25$
84 000 lignes et plus avec contrat: 0,24$
140 000 lignes et plus avec contrat: 0,23$
210 000 lignes et plus avec contrat: 0,22$

Annonce couleur
Noir et une couleur au choix: 125$ en sus du tarif d'une annonce courante
Minimum 1 400 lignes
L'éditeur ne peut garantir de position

Catégories particulières d'annonces
Avis d'ordre judiciaire: 0,50$
Avis des municipalités, commission(s) scolaire(s): 0,45$
Annonce politique: 0,60$
Nominations: 0,40$
Annonces-signatures (hookers): 0,50$
Oeuvres bénévoles, de charité: 0,22$
Publicité reportage: 0,50$
Petites annonces: annonces classées: 15 mots: 4$
0,10$ par mot additionnel
Annonces encadrées: 0,36$ la ligne agate (minimum 1 colonne x 14 lignes)
Annonces, section immeuble: 0,36$
Annonces, section automobile: 0,36$
Encarts (circulaire): format tabloïd F.O.B. Imprimerie Richelieu Roto-Litho
4 à 12 pages: 50$ le 1 000 copies
36 pages et plus: 60$ et plus le 1 000 copies

Page ou position spécifiées
Pages de droite: surcharge 20%
Pages centrales: surcharge 25%
« Back page » couverture extérieure: surcharge 50%

Réservations et heures de tombée
Le lundi à 14 h
toute annonce, dont le client exige une épreuve, doit parvenir chez l'éditeur au moins cinq jours ouvrables avant sa publication

Précisions typographiques
Imprimé par procédé offset
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7
Page double, sans séparation; quand disponible chargée pour 14 colonnes.

Modalités de paiements
Toute publicité est payable « net » dès réception de la facture. Si le montant entier n'est pas acquitté dans les 30 jours qui suivent, un intérêt au taux mensuel de 2% sera ajouté au solde du mois précédent.
Les annonces annulées après 9 h, le lundi seront chargées, comme si elles avaient été publiées.

Divers
Si l'annonceur, pour une raison quelconque, n'emploie pas tout l'espace retenu par contrat, il ne pourra pas bénéficier du taux réduit de ce contrat et l'éditeur aura le droit de réclamer en entier le tarif applicable pour l'espace employé.

1520

LE RÉGIONAL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mardi
Edité en français par Les Publications Claude Daigneault Inc.
200, Champlain
Bromont
J0E 1L0
Téléphone: (514) 534-2001
C.P. 69
Bromont
J0E 1L6
Grand format
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 25$/an (extérieur du territoire)

Personnel de direction
Éditeur: Claude Daigneault

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi précédant la publication

Personnel
Directeur de l'information: Jean Naud

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire national
S.O.P. Inc
1150, Villeray
Montréal
H2R 1J6
Relations Media
11 569, des Narcisses
Montréal-Nord
H1G 4P3

Personnel
Responsable de la publicité: Pierre Daigneault

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Sans contrat, tarif national: 0,42$ la ligne agate
Tarif local: 0,28$ la ligne agate
Contrats disponibles pour les annonces locales: tarifs sur demande

1530

LA VOIX DU SAMEDI

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1975, publié le samedi
Édité en français par La Voix de Tracy Ltée
82, du Roi
Sorel
J3P 4J8
Téléphone: (514) 743-8466
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement: 20$/an

Personnel de direction
Présidente-directrice générale:
Lise Émond-Houle

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi midi

Personnel
Rédacteur en chef: Yvon Beaudry

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Responsable de la publicité: Serge Cordeau

Tarifs publicitaires
Carte No 81 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Page ou position spécifiées
25% en plus

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 11 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 12 mois se terminant le 30 juin 1980
4 171

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Richelieu	92,1	92,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Sorel	80,1

* À partir des données de la recension ABC du 7 juin 1980

1540

LA VOIX MÉTROPOLITAINE

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mardi
Édité en français par La Voix de Tracy Ltée
82, du Roi
Sorel
J3P 4J8
Téléphone: (514) 743-8466
C.P. 38
Sorel
1 cahier: grand format
1 cahier: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Présidente-directrice générale:
Lise Émond-Houde

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi matin

Personnel
Rédacteur en chef: Yvon Beaudry

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Serge Cordeau

Tarifs publicitaires
Carte No 15 en vigueur le 1er février 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,33$ la ligne agate
Tarif local: 0,33$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 à 7 200 lignes: 0,33 $
7 201 à 14 200 lignes: 0,31 $
14 201 à 28 000 lignes: 0,30 $
28 001 à 43 200 lignes: 0,25 $
43 201 à 124 800 lignes: 0,20 $
124 801 à 187 200 lignes: 0,195$
187 201 à 201 600 lignes: 0,19 $
201 601 à 249 600 lignes: 0,185$
249 601 et plus: 0,18 $

Annonce couleur
125$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Annonce style nouvelle: 0,36$ la ligne agate
Annonces classées: 0,10$ par mot (maximum 25).

Exigences minimales et maximales
Espace minimum: 1 colonne, 28 lignes, ensuite 10 lignes pour chaque colonne.
Espace maximum: toute annonce de 285 lignes de hauteur sera facturée à pleine hauteur de colonne.

Réservations et heures de tombée
Heure de tombée: lundi précédant le jour de publication.
Pour épreuves, le texte doit nous parvenir 10 jours avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 21½ pouces, 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8
Format: 2 400 lignes agate

Modalités de paiements
Condition de paiement: net 30 jours
Commission à l'agence: 15%
(Une commission est payée aux agences pour les annonces classées)

Divers
L'éditeur a droit de regard sur toute annonce.
Annonce de spiritueux et bière sujettes aux lois.

Montreal
Laurentides – Lanaudière

1550

L'ARGENTEUIL

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1952, publié le mercredi
Édité en français par Les Publications Lachute Inc.
389, Lafleur
Lachute
J8H 1R2
Téléphone: (514) 562-2494
C.P. 220
Lachute
J8H 3X3
Grand format
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
États-Unis et autres pays: 25$/an

Personnel de direction
Éditeur et président: Fernand Berthiaume

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef: Fernand Berthiaume
Responsable de l'information: Thérèse Parisien

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité: Denis Saint-Jacques

Tarifs publicitaires
Carte No 40 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate
Tarif local: 0,25$ la ligne agate
Annonce occasionnelle ou passagère: 0,25$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Contrats d'annonces pour plusieurs éditions sur un maximum d'un an
5 000 lignes agate: 0,22$
10 000 lignes agate: 0,21$
25 000 lignes agate: 0,20$
50 000 lignes agate: 0,19$
100 000 lignes agate: 0,18$
150 000 lignes agate: 0,17$
200 000 lignes agate: 0,16$
Toute annonce de 280 lignes agate et plus sera facturée pleine hauteur.
Ajouter 0,03$ aux tarifs pour les contrats d'annonces pour tout commerce situé à Hawkesbury, Saint-Jérôme, Saint-Eustache et autres villes à l'extérieur de Lachute.

Annonce couleur
125$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Renversés: 15% supplémentaire, minimum 10$ par parution
Teintes (screen): 25% supplémentaire, minimum 10$ par parution
Annonces municipales, scolaires, provinciales et fédérales: 0,30$ la ligne agate
Annonces de groupes organisés: 0,30$ la ligne agate, payable avant la publication
Divers: 0,30$ la ligne agate
rabais de 0,03$, si l'avis est fourni au complet en épreuve de reproduction
Publi-reportage

	$
Page	600
1/2 page	350
1/4 page	200

Les formats et emplacements ne sont pas inconditionnels et sont soumis à l'approbation de l'éditeur
Petites annonces
2,50$ par parution pour 20 mots, plus 0,10$ le mot additionnel
Payables comptant. Si facturées: 4$
Encarts publicitaires
Avec contrat de 10 000 lignes ou plus: 0,06$
Sans contrat: 0,07$

Le nom de l'Argenteuil et la date de parution doivent être imprimés sur chaque encart
Format maximum 7 x 11
Cartes professionnelles
20 lignes agate sur 2 colonnes: 7,20$
40 lignes agate sur 1 colonne: 7,20$
25 lignes agate sur 2 colonnes: 9$
30 lignes agate sur 2 colonnes: 10,80$
35 lignes agate sur 2 colonnes: 12,60$
50 lignes agate sur 2 colonnes: 18$
75 lignes agate sur 2 colonnes: 27$
Minimum de 13 semaines consécutives
Annonces sans changement: 0,18$
Photo: 1$ par parution
10% d'escompte pour paiement complet à l'avance

Page ou position spécifiées
25% supplémentaire, minimum 10$ par parution

Réservations et heures de tombée
Du lundi au vendredi: 9 h à 16 h 30
Heure limite: vendredi 11 h pour l'édition en cours

Précisions typographiques
14 lignes agate au pouce
290 lignes par colonne
8 colonnes de large
1 page contient 2 320 lignes agate

Divers
Tous les contrats, pour être valides, doivent être signés par le conseiller en publicité et contresignés par la direction.
Tous les contrats devront être honorés jusqu'à l'expiration.
Le tarif au détaillant n'est accordé qu'aux marchands qui exercent un véritable commerce de détail.
Le tarif au détaillant s'applique à l'annonce coopérative de marchandises offertes en vente au détail par un groupe d'annonceurs faisant le commerce de détail, pourvu que l'annonce soit payée par les marchands intéressés.
Le tarif au détaillant ne peut s'appliquer dans les cas où l'annonceur publie des annonces tombant sous le tarif « général » ou « spécial » ou « national ».
Toute copie d'annonce est sujette à l'approbation de la direction qui se réserve le droit de refuser toute publicité ne convenant pas à sa politique.
Les erreurs sont promptement rectifiées. On doit cependant les signaler avant l'édition suivante. Autrement, l'éditeur ne pourra accorder une reprise.
L'éditeur se réserve le droit d'accorder une nouvelle insertion (pas nécessairement de la même grandeur) selon l'importance de l'erreur.
La responsabilité de l'éditeur pour une erreur ou une omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
3 712

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Argenteuil	87,9	87,9

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Lachute	65,2
Brownsburg	11,0
Saint-André-Est	6,1

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,1%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

1560

LA CONCORDE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1947, publié le jeudi
Édité en français par Les Éditions Blainville-Deux-Montagnes
53, Saint-Eustache
Saint-Eustache
J7R 2L2
Téléphone: (514) 472-3440
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement: 15$/an
À l'étranger: 30$/an

Personnel de direction
Directeur: Jean-Claude Langlois

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Rémi Binette

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Robert Proulx
Directrice de la publicité nationale: Jocelyne Lamoureux

1570

L'ÉCHO DU NORD

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1934, publié le mercredi
Édité en français par L'Écho du Nord Inc.
303, Parent
Saint-Jérôme
J7Z 2A1
Téléphone: (514) 436-5381
C.P. 500
Saint-Jérôme
J7Z 5V2
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement: 23$/an

Personnel de direction
Directeur général: Marc Fortin

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi

Personnel
Rédacteur en chef: Gaston Boucher

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité: Gilles Raiche

Tarifs publicitaires
Carte No 81 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,38$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Carte de tarif local en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif local: 0,34$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Avec contrat d'annonce: (tarif aux détaillants)
1 200 lignes et plus: 0,30$
5 000 lignes et plus: 0,29$
10 000 lignes et plus: 0,28$
15 000 lignes et plus: 0,27$
25 000 lignes et plus: 0,26$
40 000 lignes et plus: 0,255$
50 000 lignes et plus: 0,25$
75 000 lignes et plus: 0,245$
100 000 lignes et plus: 0,24$
Tarif décroissant sur contrat seulement.
Note:
le tarif au détaillant n'est accordé qu'aux marchands qui exercent un véritable commerce de détail.
le tarif au détaillant s'applique à l'annonce coopérative de marchandises offertes en vente au détail, par un groupe d'annonceurs faisant le commerce de détail, pourvu que l'annonce soit payée par les marchands intéressés.

Le tarif au détaillant ne peut s'appliquer dans les cas où l'annonceur publie des annonces tombant sous le tarif « général », « spécial » ou « national ».

Annonce couleur
125$ pour la couleur en sus du tarif d'une annonce courante.
100$ en sus pour les autres couleurs.

Catégories particulières d'annonces
Avis politiques : municipal, provincial, fédéral : 0,34$ la ligne agate.
Divers : appels d'offres, avis légaux, demandes de soumissions, etc. : 0,35$ la ligne agate.
Petites annonces : du lundi au vendredi, de 9 h à 17 h : le mot : 0,15$
Prix minimum : 2,75$
L'éditeur accepte les petites annonces jusqu'à 17 h le lundi pour publication le mercredi.
Encarts publicitaires
4 pages tabloïd : 0,044$ la copie
8 pages tabloïd : 0,054$ la copie
12 pages tabloïd : 0,06 $ la copie
16 pages tabloïd : 0,066$ la copie
20 pages tabloïd : 0,072$ la copie
24 pages tabloïd : 0,078$ la copie
28 pages tabloïd : 0,084$ la copie
32 pages tabloïd : 0,09 $ la copie
36 pages tabloïd : 0,094$ la copie
40 pages tabloïd : 0,099$ la copie
Avis de décès : 8$
Avis avec les noms des membres de la famille : 11$
Avis avec photo : 18$
Remerciements pour sympathie
1 colonne : 11$
2 colonnes : 15$
2 colonnes avec photo : 18$
Renversé : 20% en sus
Teinte (screen) : 15% en sus

Page ou position spécifiées
20% en sus, maximum 40$

Réservations et heures de tombée
Toute copie d'annonce doit être reçue au bureau avant midi, vendredi de chaque semaine.

Divers
Toute copie d'annonce est sujette à l'approbation de la direction qui se réserve le droit de refuser toute publication ne convenant pas à sa politique.
Les erreurs sont promptement rectifiées. On doit cependant les signaler avant la prochaine édition. Autrement, l'éditeur ne peut accorder une reprise.
L'éditeur se réserve le droit d'accorder une nouvelle insertion (pas nécessairement de la même grandeur) selon l'importance de l'erreur produite.
La responsabilité pour une erreur ou une omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
10 954

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	*%*	*% cumulatif*
Terrebonne	92,5	92,5

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	*%*
Saint-Jérôme (zone urbaine)	65,9

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,2%

* A partir des données de la recension ABC du 4 juin 1980

1580

L'HEBDO DE LA ROUGE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1981, publié le mardi
Édité en français par Publilaur Inc.
248 Isabelle
L'Annonciation
J0T 1T0
Téléphone : (819) 275-2252
C.P. 365
L'Annonciation
J0T 1T0
Format : tabloïd
Coût du numéro : 0,35$
Coût de l'abonnement : 15$/an

Personnel de direction
Éditrice : Aline Beaulieu
Directrice administrative : Lucie Parent

INFORMATION

Moment de tombée
Vendredi 11 h

Personnel
Rédactrice en chef : Aline Beaulieu

PUBLICITÉ

Personnel
Responsable de la publicité : Lucie Parent

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national : 0,27$ la ligne agate
Tarif occasionnel : 0,14$ la ligne agate, combiné avec Le Messager régional : 0,23$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
5 000 lignes : 0,12$; 0,21$ combiné avec le Messager régional
10 000 lignes : 0,11$; 0,20$ combiné avec le Messager régional
15 000 lignes : 0,105$; 0,19$ combiné avec le Messager régional
25 000 lignes : 0,10$; 0,18$ combiné avec le Messager régional
50 000 lignes et plus : 0,095$; 0,17$ combiné avec le Messager régional
Pour plusieurs éditions sur maximum d'un an.

Annonce couleur
50$ par couleur additionnelle

Catégories particulières d'annonces
Cartes professionnelles et d'affaires
20 lignes agate sur 2 colonnes : 6,80$
25 lignes agate sur 2 colonnes : 8,50$
30 lignes agate sur 2 colonnes : 10,20$
35 lignes agate sur 2 colonnes : 11,90$
75 lignes agate sur 2 colonnes : 25,80$
Minimum de 13 semaines consécutives, sans changement, aucun emplacement en garantie
Photo : 1$ par parution
Annonce et avis des corps publics, municipal, scolaire, provincial, fédéral : 0,27$ la ligne agate
Annonces politiques : 0,27$ la ligne agate
Annonces de groupes : 0,27$ la ligne agate
Avis légaux, appels d'offre, demandes de soumissions, demandes d'emploi, offres d'emploi : 0,27$ la ligne agate
Remerciement de décès : sans photo : 7$
avec photo : 10$
Publi-reportages
1 page, 210$; 330$ combiné avec le Messager régional
1/2 page : 140$; 200$ combiné avec le Messager régional
1re photo : 10$
autre photo : 5$
Petites annonces : 2$ par parution
4$ encadrée, en caractère gras
plus de 25 mots : 0,05$ le mot additionnel
Encarts publicitaires
Tabloïd ou moindre : coût à l'exemplaire
4 pages : 0,03$
8 pages : 0,035$
12 pages : 0,04$
16 pages : 0,045$
20 pages : 0,05$
24 pages : 0,055$
28 pages : 0,06$
32 pages : 0,065$
Renversé : 25% additionnel, minimum 10$ par parution
Teinte (screen) : 25% additionnel, minimum 10$ par parution

Page ou position spécifiées
25% additionnel, minimum 25$ par parution

Réservations et heures de tombée
Jeudi 10h pour l'édition en cours

Précisions typographiques
14 lignes agate ou pouce
200 lignes par colonne
7 colonnes de largeur
1 400 lignes agate par page

Divers
Tous les contrats, pour être valides, doivent être signés par le conseiller en publicité et contresignés par la direction. Tous les contrats devront être honorés jusqu'à l'expiration. Le tarif au détaillant n'est accordé qu'aux marchands qui exercent un véritable commerce de détail.
Le tarif au détaillant s'applique à l'annonce coopérative de marchandises offertes en vente au détail, par un groupe d'annonceurs faisant le commerce de détail, pourvu que l'annonce soit payée par les marchands intéressés.
Le tarif au détaillant ne peut s'appliquer dans les cas où l'annonceur publie des annonces tombant sous le tarif « général », « spécial » ou « national ».
Toute copie d'annonce est sujette à l'approbation de la direction qui se réserve le droit de

refuser toute publicité ne convenant pas à sa politique.
Les erreurs sont promptement rectifiées. On doit cependant les signaler avant la prochaine édition. Autrement, l'éditeur ne pourra accorder une reprise.
L'éditeur se réserve le droit d'accorder une nouvelle insertion (pas nécessairement de la même grandeur) selon l'importance de l'erreur produite.
La responsabilité de l'éditeur, pour une erreur ou une omission, ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.

1590

JOLIETTE JOURNAL

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1947, publié le mercredi
Édité en français par Imprimerie Nationale Joliette Ltée
585, Saint-Pierre sud
Joliette
J6E 3Z7
Téléphone: (514) 759-1621
C.P. 250
Joliette
J6E 3Z7
Grand format
Coût du numéro: 0.50$
Coût de l'abonnement
Canada: 26$
À l'étranger: 34$

Personnel de direction
Président et éditeur: Bertrand Malo
Directeur général: Jean-Pierre Malo

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 12 h

Personnel
Éditorialiste: Jean-Pierre Malo
Rédacteur en chef: André Lafrenière

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
Téléphone: (514) 844-3404

Personnel
Directeur de la publicité nationale:
Jean-Pierre Malo
Directeur de la publicité locale:
Jean-Luc Bréault

Tarifs publicitaires
Carte No 81 (Hebdos A-1) en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,39$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par les Hebdos A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas, 4 points
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 9
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Net 30 jours

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
11 063

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Joliette	73.4	73.4
Montcalm	11.8	85.2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Joliette	48.2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0.4%

* À partir des données de la recension ABC du 16 mai 1979

1600

LE JOURNAL DES PAYS D'EN HAUT

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1967, publié le mercredi
Édité en français par le Journal des Pays d'en Haut (1979) Inc.
1012, Valiquette
Sainte-Adèle
J0R 1L0
Téléphone: (514) 229-6664
C.P. 1890
Sainte-Adèle
J0R 1L0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
États-Unis: 25$/an

Personnel de direction
Éditeur et président: Michel Gareau
Directeur: Bernard Gareau

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h
Abonné à Telbec

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Pierre Dupuis

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Bernard Gareau
Publicitaires: Jacques Saint-Onge
Jean-Marc Coutu

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,32$ la ligne agate
Tarif local: 0,28$ la ligne agate
(noir et blanc, sans contrat)

Escompte ou prix réduit
(Tarif local)
25 000 lignes et plus: 0,24$ la ligne agate
50 000 lignes et plus: 0,22$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ en sus pour une couleur
75$ en sus pour une deuxième couleur

Catégories particulières d'annonces
Avis politique: 0,32$
Imprimé, genre matière à lire: (avis publics, offres d'emploi, etc.): 0,32$
Nomination avec bordures ou le mot « Annonce »: 0,30$
Publi-reportage (matière à lire), texte(s) préparé(s) par l'annonceur: 0,30$
Cartes professionnelles:
Une insertion: 14$
Douze insertions: 12$ par insertion
À l'année: 10$ par insertion
Remerciements:
1 colonne: 10$
2 colonnes (photo): 14$
Annonces classées:
Le mot: 0,20$
Minimum: 2,75$ (par téléphone), 2,50$ (au bureau)
Avec cadre: 5$
Encarts: copies identifiées au nom du Journal des Pays d'en Haut Inc. et datées en page « un », pliées et livrées selon les spécifications à l'imprimerie ou à l'entrepôt du journal.
4 pages tabloïd et moins: 0,04$
8 pages tabloïd et moins: 0,045$ la copie
12 pages tabloïd et moins: 0,05$
16 pages tabloïd et moins: 0,06$
Renversé: 20% additionnel
Screen: 15% additionnel
Deux pages « spread »: surcharge de 10%

Page ou position spécifiées
10% en sus du tarif d'une annonce courante

Exigences minimales et maximales
Plus petite annonce acceptée: 14 lignes agate. Les annonces, mesurant 175 lignes ou plus hautes, seront facturées à pleine colonne (200 lignes).

Réservations et heures de tombée
Le lundi, 12 h: annonces terminées au bureau.
Toute annonce exigeant une épreuve typographique doit être soumise au moins sept (7) jours avant publication.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Procédé d'impression: offset

Divers
Cette liste de prix (et conditions) annule les précédentes verbales ou écrites. L'éditeur se réserve le droit de la modifier en tout ou en partie.
L'annonceur s'engage à fournir le matériel publicitaire: photos, repros, illustrations, etc. et à respecter les heures de tombée du journal. Les photographies et dessins exécutés par le personnel du journal pour le compte de l'annonceur lui seront facturés au prix courant. Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur.
Le Journal des Pays d'en Haut Inc. ne se tient pas responsable des erreurs typographiques pouvant survenir dans les textes publicitaires, mais il s'engage à reproduire la partie du texte où se trouve l'erreur. La responsabilité du journal ou de l'éditeur ne dépassera, en aucun cas, le montant de l'annonce. Toute réclamation doit être présentée dans les 48 heures suivant la publication.

1610

JOURNAL L'ACTION

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1974, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions Publi-Action Inc.
971, de Lanaudière
Joliette
J6E 3N7
Téléphone: (514) 756-6325
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
Pays étrangers: 20$/an

Personnel de direction
Directeur général: Martial Coderre
Directeur administratif: Raymond Coderre

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Martial Coderre

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest
Bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur des ventes: Raymond Coderre

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981 et carte du journal l'Action en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,37$ la ligne agate
Tarif local (noir et blanc, sans contrat): 0,295$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
(Tarif local à contrat)
lignes agate
1 200 à 4 800 (1 à 4 pages): 0,275$
4 801 à 9 600 (4 à 8 pages): 0,265$
9 601 à 14 400 (8 à 12 pages): 0,26 $
14 401 à 19 200 (12 à 16 pages): 0,255$
19 201 à 24 000 (16 à 20 pages): 0,25 $
24 001 à 31 200 (20 à 26 pages): 0,245$
31 201 à 43 200 (26 à 36 pages): 0,24 $
43 201 à 62 400 (36 à 52 pages): 0,235$
62 401 et plus (52 pages et plus): 0,23$
Il est entendu que si l'espace déterminé par un contrat n'est pas utilisé dans la période d'une année, le prix de la ligne sera majoré, tel que spécifié dans cette carte de tarif. Un crédit sera accordé, si le nombre de lignes utilisées excède le lignage réservé par contrat.

Annonce couleur
125$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Imprimé, genre matière à lire (avis publics, offres d'emploi, etc): 0,30$
Nomination avec bordure ou le mot « Annonce »: 0,30$
Publi-reportage (matière à lire), texte(s) préparé(s) par l'annonceur: 0,30$
Avis de décès: avis: 9$
Avis avec noms des membres de la famille: 12$
Avis avec photo: 18$
Remerciements pour sympathie: 1 colonne: 10$
2 colonnes: 14$
2 colonnes avec photo: 20$
Petites annonces (annonces classées):
Chaque insertion (20 mots, 100 lettres): 2,50$
Petites annonces commerciales (20 mots): 3,50$
Le mot additionnel (5 lettres): 0,10$
Avec une photographie: supplément: 10$
Si autre catégorie: selon tarif local
Note: les petites annonces sont payables à l'avance et ne sont pas acceptées par téléphone.
Encarts: copies identifiées au nom du « Journal l'Action » (Supplément du Journal l'Action) et datées en page « un », pliées au quart de pli et livrées selon nos spécifications à l'imprimerie ou à notre entrepôt.
Tabloïd
4 pages et moins: 0,04 $
8 pages et moins: 0,045$
12 pages et moins: 0,05 $
16 pages et moins: 0,054$
20 pages et moins: 0,058$
24 pages et moins: 0,062$
28 pages et moins: 0,066$
32 pages et moins: 0,07 $
Circulaires: nous offrons le service de production de circulaires: prix sur demande.
20% de surplus pour une annonce « renversée » (minimum 5$, maximum 30$)
50% de surplus (minimum 50$) pour annonce multiforme ou de présentation irrégulière. Acceptée, avec 15% additionnel, pour teinte (screen) dans une annonce (minimum 5$, maximum 25$)
Deux pages « spread »: 10% de surplus

Page ou position spécifiées
25%, en sus du tarif d'une annonce courante.

Exigences minimales et maximales
Plus petite annonce acceptée: 14 lignes agate
Les annonces mesurant 175 lignes ou plus en hauteur seront facturées à pleine colonne, c'est-à-dire à 200 lignes agate.

Réservations et heures de tombée
Toute copie d'annonce doit être reçue avant midi, le lundi de chaque semaine. Pour les petites annonces, elles doivent êtres reçues, avant le vendredi précédant la publication à 17 h.
Toute annonce exigeant une épreuve typographique doit être soumise au mois cinq (5) jours avant publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Nombre de lignes agate dans une page: 1 200 lignes
Procédé d'impression: offset

Divers
Cette liste de prix et conditions annulent les précédentes listes verbales ou écrites. L'éditeur se réserve le droit de la modifier en tout ou en partie sans autre avis.
L'annonceur s'engage à fournir le matériel publicitaire: photos, repros, illustrations, etc. et à respecter les heures de tombée du journal. Les photographies et dessins exécutés par le personnel du journal, pour le compte de l'annonceur, lui seront facturés au prix courant. Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur.
Le Journal L'Action et/ou Les Éditions Publi-Action Inc. ne se tiennent pas responsables des erreurs typographiques pouvant survenir dans les textes publicitaires, mais ils s'engagent à reproduire uniquement la partie du texte où se trouve l'erreur. La responsabilité du journal et/ou de l'éditeur ne dépassera, en aucun cas le montant de l'annonce. Toute réclamation doit être présentée dans les 48 heures suivant la publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
22 324

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	%	% *cumulatif*
Joliette	65,0	65,0
Montcalm	22,3	87,3

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Joliette	46,2
St-Gabriel-de Brandon	6.7

1620

LE MESSAGER RÉGIONAL

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1974, publié le mercredi
Édité en français par Publilaur Inc.
947, Ouimet
Saint-Jovite
J0T 2H0
Téléphone: (819) 425-3795
C.P. 428
Saint-Jovite
J0T 2H0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditrice: Aline Beaulieu
Directrice administrative: Lucie Parent

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Rédactrice en chef: Aline Beaulieu

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Lucie Parent

Tarifs publicitaires
Carte No 6 en vigueur le 4 février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,27$ la ligne agate
Tarif occasionnel: 0,23$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
5 000 lignes: 0,17$
10 000 lignes: 0,16$
15 000 lignes: 0,15$
25 000 lignes: 0,14$
50 000 lignes et plus: 0,13$
Pour plusieurs éditions sur maximum d'un an.

Annonce couleur
50$ par couleur additionnelle

Catégories particulières d'annonces
Cartes professionnelles et d'affaires
20 lignes agate sur 2 colonnes: 6,80$
25 lignes agate sur 2 colonnes: 8,50$
30 lignes agate sur 2 colonnes: 10,20$
35 lignes agate sur 2 colonnes: 11,90$
75 lignes agate sur 2 colonnes: 25,80$
Minimum de 13 semaines consécutives, sans changement, aucun emplacement garanti
Photo: 1$ par parution
Annonce et avis des corps publics, municipal, scolaire, provincial, fédéral: 0,27$ la ligne agate
Annonces politiques: 0,27$ la ligne agate
Annonces de groupe: 0,27$ la ligne agate
Avis légaux, appels d'offre, demandes de soumissions, demandes d'emploi, offres d'emploi: 0,27$ la ligne agate
Remerciement de décès: sans photo: 7$
Avec photo: 10$
Publi-reportages: 1 page, 280$
1/2 page: 175$
1re photo: 10$
Autre photo: 5$
Petites annonces: 2$ par parution
4$ encadrée, en caractère gras plus de 25 mots: 0,05$ le mot additionnel
Encarts publicitaires
Tabloïd ou moindre: coût à l'exemplaire
4 pages: 0,03$
8 pages: 0,035$
12 pages: 0,04$
16 pages: 0,045$
20 pages: 0,05$
24 pages: 0,055$
28 pages: 0,06$
32 pages: 0,065$
Renversé: 25% additionnel, minimum 10$ par parution
Teinte (screen): 25% additionnel, minimum 10$ par parution

Page ou position spécifiées
25% additionnel, minimum 25$ par parution

Réservations et heures de tombée
Vendredi 11 h pour l'édition en cours

Précisions typographiques
14 lignes agate au pouce
200 lignes par colonne
7 colonnes de largeur
1 400 lignes agate par page

Divers
Tous les contrats, pour être valides, doivent être signés par le conseiller en publicité et contresignés par la direction. Tous les contrats devront être honorés jusqu'à l'expiration. Le tarif au détaillant n'est accordé qu'aux marchands qui exercent un véritable commerce de détail.
Le tarif au détaillant s'applique à l'annonce coopérative de marchandises offertes en vente au détail, par un groupe d'annonceurs faisant le commerce de détail, pourvu que l'annonce soit payée par les marchands intéressés.
Le tarif au détaillant ne peut s'appliquer dans les cas où l'annonceur publie des annonces tombant sous le tarif « général » ou « spécial » ou « national ».
Toute copie d'annonce est sujette à l'approbation de la direction qui se réserve le droit de refuser toute publicité ne convenant pas à sa politique.
Les erreurs sont promptement rectifiées. On doit cependant les signaler avant la prochaine édition. Autrement l'éditeur ne pourra accorder une reprise.
L'éditeur se réserve le droit d'accorder une nouvelle insertion (pas nécessairement de la même grandeur) selon l'importance de l'erreur produite.
La responsabilité de l'éditeur pour une erreur ou une omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.

1630

LE MIRABEL

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1973, publié le mardi
Édité en français par Le Mirabel
294, Labelle, bureau 100
Saint-Jérôme
J7Z 5L2
Téléphone: (514) 436-8200
C.P. 276
Saint-Jérôme
J7Z 5T9
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 12$/an, sur demande

Personnel de direction
Éditeur: Marcel Chartrand

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 13 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Charles-A. Michaud

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité: Richard Chartrand

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,40$ la ligne agate

Annonce couleur
140$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,35$ la ligne agate
Annonces politiques: 0,35$ la ligne agate
Encarts: 8 pages ou moins: 50$ le mille
Chaque 4 pages additionnelles: 5$ le mille
Pliage ¼ de pli: 15$ le mille
Trame ou renversé: 25% de plus

Page ou position spécifiées
25% de plus

Réservations et heures de tombée
Vendredi précédant le jour de publication

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 6 colonnes
Épreuves de reproduction requises

Modalités de paiements
Comptes payables sur réception
Commission à l'agence: 15%

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
21 218

Organisme de certification de tirage
ODC

Principal territoire de distribution

Comté	*%*	*% cumulatif*
Terrebonne	95.8	95.8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale

Municipalité	*%*
Saint-Jérôme	72.5
Ste-Anne-des-Plaines	8.4
Saint-Sauveur	8.4

1640

LE MIRABEL DE SAINT-EUSTACHE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1981
Édité en français par Le Mirabel Inc.
15, Saint-Eustache
Saint-Eustache
J7R 2L1
Téléphone: (514) 472-9966
C.P. 274
Saint-Eustache
J7R 4K6
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Éditeur: Marcel Chartrand

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction: Marcel Chartrand

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Roland Sauvé

Tarifs publicitaires
Carte No 4, en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,40$ la ligne agate

Annonce couleur
140$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,35$ la ligne agate
Annonces politiques: 0,35$ la ligne agate
Encarts
8 pages ou moins: 50$/1 000
Chaque 4 pages additionnelles: 5$/1 000
Pliage ¼ de pli: 15$/1 000
Trame ou renversé: 25% de plus

Page ou position spécifiées
25% de plus

Réservations et heures de tombée
Le vendredi précédant le jour de publication

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 6
Épreuves de reproduction requises

Modalités de paiements
Comptes payables sur réception
Commission à l'agence: 15%

1650

LA REVUE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1959, publié le mercredi
Édité en français par La Revue Terrebonne Inc.
231, Sainte-Marie
Terrebonne
J6W 3E4
Téléphone: (514) 471-3948
C.P. 55
Terrebonne
J6W 3L5
Grand format
Coût du numéro: gratuit
0,25$ hors de Terrebonne
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Aimé Despatie

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 15 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Marie-France Despatie-L'Écuyer

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Yolande Steenhaut

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,38$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 à 100 lignes: 0,30$
101 à 200 lignes: 0,28$
201 à 400 lignes: 0,27$
401 à 600 lignes: 0,26$
675 lignes (1/4 page): 0,21$ la ligne (141$)
1 350 lignes (1/2 page): 0,18$ la ligne (240$)
2 700 lignes (1 page): 0,16$ la ligne (450$)
5 400 lignes (2 pages): 0,14$ la ligne (800$)

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 75$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis publics: 0,35$
Annonces politiques: 0,38$
Cartes d'affaires: 2 colonnes x 25
Par insertion: 15$
Contrat 26 semaines: 260$
Contrat 13 semaines: 162$
(Contrats payables d'avance)
Petites annonces: minimum 3$
Petites annonces (encadrées) minimum: 4$
Tarifs des encarts publicitaires
Format tabloïd
8 pages ou moins: 0,035$ la ligne agate
12 pages: 0,045$ la ligne agate
16 pages: 0,05 $ la ligne agate
Annonce inversée: 25% en sus du tarif d'une annonce courante
Remerciements, décès: 15$
avec photo: 18,50$

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8½ picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 9
1 page: 2 700 lignes agate

Modalités de paiements
Les factures sont payables à 30 jours. Un intérêt est chargé sur facture en souffrance.

Divers
En cas d'erreur, l'éditeur se réserve le droit d'accorder une nouvelle insertion de grandeur selon l'importance de l'erreur. La responsabilité du journal, en cas d'erreur ou d'omission, ne peut excéder le montant déboursé pour telle annonce.

1660

LA RIVIÈRE D'EN HAUT

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1980, publié le mardi
Édité en français par La Rivière d'en Haut
383, Principale
Lachute
J8H 1Y1
Téléphone: (514) 562-7378
C.P. 493
Lachute
J8H 3Y1
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Éditrice: Marie Cadieux

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction:
Anne-Marie Cadieux

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Jean Provost

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,25$ la ligne agate
Tarif local: 0,22$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Contrat pour 5 000, 10 000, 15 000 ou 20 000 lignes et plus:
Tarifs sur demande

Annonce couleur
Coûts supplémentaires sur demande

Catégories particulières d'annonces
Avis municipal, provincial, fédéral ou scolaire: 0,25$ la ligne agate
Petites annonces
25 mots: 3$
30 mots: 3,60$
40 mots: 4,80$

Réservations et heures de tombée
Vendredi 16 h

Divers
Toute copie d'annonces est sujette à l'approbation de la direction.
L'éditeur se réserve le droit d'accorder une nouvelle insertion (pas nécessairement de la même grandeur) selon l'importance de l'erreur.
La responsabilité du journal pour une erreur ou une omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.

1670

LE SOMMET-ÉCHO DES LAURENTIDES

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1952, publié le mercredi
Édité en français par La Société Laurentides-Publications
145, Saint-Venant
Sainte-Agathe-des-Monts
J8C 2P5
Téléphone: (819) 326-3534
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement: 15$/an; 25$/2 ans; 40$/3 ans

Personnel de direction
Éditeur: Michel Desbiens
Directeur: J.A. Ratelle

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h

Personnel
Directeur de l'information: Michel Desbiens

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Lauraine M. Prévost

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er novembre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
35% par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante (minimum de 60$).
Pour couleur du journal: 35% en sus du tarif d'une annonce courante (minimum de 40$).

Catégories particulières d'annonces
Avis publics, appels d'offre, demandes de soumissios: 0,30$
Annonces politiques: municipale, provinciale, fédérale: 0,30$
Cahiers spéciaux: 0,30$
Cartes de souhaits: 0,30$
Clubs sociaux: 0,22$
Institutions charitables: 0,20$
Remerciements pour sympathie: simple avis: 8$
Avis avec nom des membres de la famille: 12$
Avis avec photographie: 15$
Encarts publicitaires:
4 pages: 0,04$
8 pages: 0,05$
12 pages: 0,06$
16 pages: 0,07$
20 pages et plus: 0,08$
Ce tarif est multiplié par le nombre de copies imprimées, la semaine de publication de l'encart publicitaire.
Tout encart publicitaire, que vous voulez insérer dans le journal, doit porter l'inscription du Journal Le Sommet et la date de parution de l'édition dans laquelle il sera inséré.

Page ou position spécifiées
Page 2: 15% additionnel
Page 3: 20% additionnel
Sections spécifiques: 10% additionnel
La page 2 est limitée à un espace de 400 lignes seulement, réservées pour les annonces publicitaires.
La page 3 est limitée à un espace de 600 lignes seulement, réservées pour l'annonce publicitaire.
Pour l'utilisation de la dernière page, la préférence sera donnée aux annonces publicitaires de plus de 1 000 lignes.

Réservations et heures de tombée
Pour la publication es annonces dites générales, l'heure limite, pour commande et remise du matériel publicitaire, est à 12 h, le mardi de la semaine de publication. Toutefois, pour des commandes d'annonces avec couleur ou positions spéciales, la commande doit parvenir chez l'éditeur le vendredi précédant la semaine de publication et le matériel doit être fourni au plus tard le lundi à 17 h.
Pour les encarts publicitaires, la commande doit parvenir le lundi de la semaine de publication avant 17 h et le matériel doit être acheminé aux frais du client, aux ateliers de l'Imprimerie Saint-Jérôme, 303, Avenue Parent, le mardi de la semaine de publication, avant 17 h.
Les annonces classées peuvent être achetées par téléphone ou commandées directement au bureau, tous les jours de la semaine, entre 9 h et 17 h. La date de clôture est le lundi à 13 h 30 de la semaine de publication.

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
Frais de montage
Des frais supplémentaires seront chargés par le service de production des maquettes publicitaires pour le travail des annonces dont les maquettes ne sont pas fournies par le client.
1 page: 50$
1/2 page: 25$
1/2 page: 12,50$
Toute grandeur inférieure: 10$
Toute annonce publicitaire doit être payée dans les 30 jours suivant la date de publication. Des frais d'intérêts de 2% par mois seront chargés sur tout montant demeuré impayé et des frais supplémentaires de 0,50$ seront chargés chaque mois pour fins d'administration sur tout montant demeuré impayé.
La politique du journal en matière de commission remise aux agences publicitaires, sur la publicité dite « nationale », est la même que dans les autres publications.
La publication remet une commission de 15% à toute agence de publicité qui achète de la publicité au taux national, sans escompte. Si le montant dû par l'agence est payé dans les 30 jours suivant la date de publication, on ajoute un escompte additionnel de 2%.
Ces commissions ou escomptes ne sont pas applicables aux annonces dites « classées », « politiques » et de « remerciements ».

Divers
Les erreurs sont promptement rectifiées. On doit cependant les signaler avant la prochaine édition. Autrement, l'éditeur ne pourra accorder une reprise. L'éditeur se réserve le droit d'accorder une nouvelle insertion, pas nécessairement de la même grandeur, selon l'importance de l'erreur produite. Toute responsabilité pour une erreur ou une omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.

1680

LE TRAIT D'UNION

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1976, publié le mercredi
Édité en français par Photocomposition Le Trait d'Union Inc.
2522, Sainte-Marie
Mascouche
J0N 1C0
Téléphone: (514) 474-2488

C.P. 158
Mascouche
J0N 1C0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directeur: Pierre Vigneault

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Responsable de la rédaction: Pierre Vigneault
Responsable de l'information:
Sylvianne Lapierre

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Pierre Vigneault
Publicitaire: Diane Aubertin

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,45$ la ligne agate
Tarif local: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
90$ par couleur, en sus du tarif d'un annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis public: 0,36$ la ligne agate
Carte professionnelle: 15$ par semaine (contrat annuel seulement)
Petites annonces: 2,50$ pour les 20 premiers mots et 0,15$ pour chaque mot additionnel
Encadrée: 1$ additionnel

Page ou position spécifiées
10 premières pages à droite: 15% de plus
10 premières pages à gauche: 10% de plus
Pages de petites annonces: 20% de plus
Autres: 5% de plus

Réservations et heures de tombée
Samedi 16 h

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

Modalités de paiements
Commission (publicité nationale): 15%
2% additionnel, si payé avant 30 jours
Net 30 jours
1½% d'intérêt après 30 jours

Divers
Atelier complet pour composition, montage et travail de caméra. Tout genre de travaux d'imprimerie (papeterie, cartes d'affaires, circulaires, etc.).

1690

THE VICTORY

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1952, publié le jeudi
Édité en anglais par Les Éditions Blainville-Deux-Montagnes Inc.
53, Saint-Eustache
Saint-Eustache
J7R 2L2
Téléphone: (514) 473-1700
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,20$
Coût de l'abonnement
Canada: 5$/an
À l'étranger: 10$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean-Claude Langlois

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: James A. Simpson

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité: Jocelyne Lamoureux

1700

LA VOIX DES MILLE-ÎLES

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1937, publié le mercredi
Édité en français par les Éditions Thérèse-de-Blainville Inc.
2, rue Roux
Sainte-Thérèse
J7E 1L3
Téléphone: (514) 435-8791
C.P. 190
Sainte-Thérèse
Grand format
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Canada: 7$/6 mois; 12$/an; 20$/2 ans
Pays étrangers; 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: Gilles Charron

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 11 h

Personnel
Directrice de l'information:
Pauline Ouimet-Charron

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité: Guy Pilon

Tarifs publicitaires
Carte No 81 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,31$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Process: 400$

Catégories particulières d'annonces
Annonce légale: 0,28$ la ligne agate
Annonce sous forme de texte rédactionnel: 0,28$ la ligne agate
Petites annonces: 0,09$ le mot (prix minimum 2,25$)
Annonce commerciale: dans section « petites annonces »
0,26$ la ligne agate (3,80$ le pouce)

Page ou position spécifiées
25% en plus

Réservations et heures de tombée
Avant 11 h, le mardi qui précède la journée de publication (livraison du journal vers 14 h, le mercredi)

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas, 4 points
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 9
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
Rabais de 2%, si payé dans les 30 jours de la facturation.
15% de commission à l'agence.
Commission d'agence et rabais de 2% accordés seulement sur type d'annonce commerciale et petite annonce.

Divers
Toute copie d'annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur.
Copies justificatives sur demande.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
6 384

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%
Terrebonne	90,1

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Sainte-Thérèse-de-Blainville	66,8
Sainte-Thérèse-ouest	10,8
Rosemère	5,3

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,6%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

1710

THE WATCHMAN

AJHC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1877, publié le mercredi
Édité en français par Les Publications Lachute Inc.
389, Lafleur
Lachute
J8H 1R2
Téléphone: (514) 562-2494
C.P. 220
Lachute
J8H 3X3
Grand format
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
À l'étranger: 25$/an

Personnel de direction
Éditeur: Majorie Camus

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi de la semaine de publication

Personnel
Responsable de la rédaction: Majorie Camus

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Denis Saint-Jacques

Tarifs publicitaires
Carte No 40 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate
Tarif local: 0,25$ la ligne agate
Annonce occasionnelle ou passagère: 0,25$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Contrats d'annonces pour plusieurs éditions sur un maximum d'un an
5 000 lignes agate: 0,22$
10 000 lignes agate: 0,21$
25 000 lignes agate: 0,20$
50 000 lignes agate: 0,19$
100 000 lignes agate: 0,18$
150 000 lignes agate: 0,17$
200 000 lignes agate: 0,16$
Toute annonce de 280 lignes agate et plus sera facturée pleine hauteur.
Ajouter 0,03$ aux tarifs pour les contrats d'annonces pour tout commerce situé à Hawkesbury, Saint-Jérôme, Saint-Eustache et autres villes à l'extérieur de Lachute.

Annonce couleur
125$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Renversés: 15% supplémentaire, minimum 10$ par parution
Teintes (screen): 25% supplémentaire, minimum 10$ par parution
Annonces municipales, scolaires, provinciales et fédérales: 0,30$ la ligne agate
Annonces de groupes organisés: 0,30$ la ligne agate, payable avant la publication
Divers: 0,30$ la ligne agate
Rabais de 0,03$, si l'avis est fourni au complet en épreuve de reproduction
Publi-reportage
Page: 600$
1/2 page: 350$
1/4 page: 200$
Les formats et emplacements ne sont pas inconditionnels et sont soumis à l'approbation de l'éditeur.
Petites annonces
2,50$ par parution pour 20 mots, plus 0,10$ le mot additionnel.
Payables comptant. Si facturées: 4$
Encarts publicitaires
Avec contrat de 10 000 lignes ou plus: 0,06$
Sans contrat: 0,07$
Le nom de The Watchman et la date de parution doivent être imprimés sur chaque encart
Format maximum 7 x 11
Cartes professionnelles
20 lignes agate sur 2 colonnes: 7,20$
40 lignes agate sur 1 colonne: 7,20$
25 lignes agate sur 2 colonnes: 9$
30 lignes agate sur 2 colonnes: 10,80$
35 lignes agate sur 2 colonnes: 12,60$
50 lignes agate sur 2 colonnes: 18$
75 lignes agate sur 2 colonnes: 27$
Minimum de 13 semaines consécutives
Annonces sans changement: 0,18$
Photo: 1$ par parution
10% d'escompte pour paiement complet à l'avance

Page ou position spécifiées
25% supplémentaire, minimum 10$ par parution

Réservations et heures de tombée
Du lundi au vendredi: 9 h à 16 h 30
Heure limite: vendredi 11 h pour l'édition en cours

Précisions typographiques
14 lignes agate au pouce
290 lignes par colonne
8 colonnes de large
1 page contient 2 320 lignes agate

Divers
Tous les contrats, pour être valides, doivent être signés par le conseiller en publicité et contresignés par la direction.
Tous les contrats devront être honorés jusqu'à l'expiration.
Le tarif au détaillant n'est accordé qu'aux marchands qui exercent un véritable commerce de détail.
Le tarif au détaillant s'applique à l'annonce coopérative de marchandises offertes en vente au détail par un groupe d'annonceurs faisant le commerce de détail, pourvu que l'annonce soit payée par les marchands intéressés.
Le tarif au détaillant ne peut s'appliquer dans les cas où l'annonceur publie des annonces tombant sous le tarif « général » ou « spécial » ou « national ».
Toute copie d'annonce est sujette à l'approbation de la direction qui se réserve le droit de refuser toute publicité ne convenant pas à sa politique.
Les erreurs sont promptement rectifiées. On doit cependant les signaler avant l'édition suivante. Autrement, l'éditeur ne pourra accorder une reprise.
L'éditeur se réserve le droit d'accorder une nouvelle insertion (pas nécessairement de la même grandeur) selon l'importance de l'erreur.
La responsabilité de l'éditeur pour une erreur ou une omission ne peut excéder le montant déboursé pour l'annonce.

Outaouais

1720

LE BULLETIN DE LA LIÈVRE

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1958, publié le mardi
Édité en français par le Journal le Bulletin Inc.
999, Dollard
Buckingham
J8L 2R7
Téléphone: (819) 986-5082
C.P. 30
Buckingham
J8L 2R7
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
Autres pays: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur, président-directeur général:
Serge Lamarche

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef: Claude Chenier

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Denis Legault

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,24$ la ligne agate
Message d'un client à l'extérieur du territoire du journal:
0,02$ de plus la ligne agate
Tarif combiné avec La Petite Nation:
0,08$ de plus la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Contrats
2 000 lignes: 0,16$ la ligne agate
5 000 lignes: 0,155$ la ligne agate
10 000 lignes: 0,15$ la ligne agate
20 000 lignes: 0,145$ la ligne agate
30 000 lignes et plus: 0,14$ la ligne agate
Tarif de fréquence
aux 3 semaines: 0,02$ de moins la ligne agate
à la semaine: 0,03$ de moins la ligne agate

Annonce couleur
75$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Annonce politique (payable d'avance):
0,20$ la ligne agate
Matière à lire: 0,20$ la ligne agate
Avis légaux: 0,20$ la ligne agate
Encarts
4 pages et moins: 0,035$
8 pages et plus: 0,04$
Carte d'affaires: 300$
Publi-reportage
192$ la page
110$ la demi-page
Prix supplémentaire pour une teinte ou un renversé: 10%
Petites annonces
2,00$ pour 20 mots
0,10$ le mot additionnel
3,00$ annonce encadrée

Page ou position spécifiées
10% en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Pour l'édition du mardi suivant, l'heure de tombée est le vendredi midi
Si l'annonceur désire voir une épreuve de son message: l'heure de tombée est le mercredi midi, pour l'édition suivante.
Pour nos éditions spéciales, l'heure de tombée est le mardi précédant l'édition spéciale

Modalités de paiements
15% de commission aux agences, sur annonce nationale
Messages payés comptant: escompte de 10%

Divers
Les contrats sont honorés jusqu'à l'expiration ou un maximum d'un an.
Quand le volume du contrat est utilisé, le contrat est terminé. On procède alors à la signature d'une nouvelle entente. Un contrat n'est pas résiliable et doit être utilisé.
Tout message, dont l'espace n'est pas réservé avant l'heure de tombée du journal, ne sera pas inséré dans l'édition de la semaine suivante.
L'éditeur se réserve le droit d'accepter ou de refuser le contenu de tout message. Il est lié par le code d'éthique professionnelle de l'Association des hebdos et les lois d'affichage et de publicité en vigueur au Québec.
L'éditeur n'engage sa responsabilité que pour le montant de la facture du message.
Toute facture, non payée dans les 30 jours après la parution, sera majorée de frais d'administration.
Après 60 jours, les comptes sont envoyés à une agence de perception.
Prix supplémentaires
Pour une réservation: 10%
Pour une photographie non fournie: 5$ et plus
Pour voir une épreuve: 10%

1730

LE CARILLON
ABC/AJHC/OWNA

IDENTIFICATION
Bi-hebdomadaire établi en 1947 (samedi 1977), publié le mercredi et le samedi
Édité en français par Le Carillon Enr. (Filiale de l'Imprimerie Prescott et Russell Ltée)
176, Canada Atlantique
Hawkesbury
K6A 2R6
Téléphone: (613) 632-4155
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$ le mercredi et le samedi
Coût de l'abonnement
Livraison à domicile: 0,60$/semaine pour les deux éditions
Hawkesbury: 20$/an
Canada: 20$/an
États-Unis: 50$/an

Personnel de direction
Éditeur: André Paquette
Directeur: J.-M. Filion

INFORMATION
Moment de tombée
Édition du mercredi: mardi 21 h
Édition du samedi: jeudi 21 h

Personnel
Rédacteur en chef: Jean-M. Filion
Directeur de l'information: Charles Burroughs

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Association de la Presse francophone
Hors-Québec
325, rue Dalhousie, bureau 410
Ottawa
K1N 8R7
M. James Lévêque
Téléphone: (613) 232-1148

Personnel
Directeur des ventes nationales:
Michel Paquette

Tarifs publicitaires
Carte No 81 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national et local: 0,37$ la ligne agate

Annonce couleur
125$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,37$ la ligne
Annonce politique: 0,37$ la ligne
Matière à lire: 0,42$ la ligne
Traduction: 0,05$ la ligne en sus
Petites annonces: 2$/15 mots

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Réservation: 7 jours, pour la couleur
Heure de tombée, édition du mercredi: le vendredi midi
Heure de tombée, édition du samedi: le mardi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9 picas
Hauteur de la colonne: 225 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Matériel requis: repros
Format: 1 350 lignes agate

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
2% d'escompte si payé avant le 20 du mois suivant
Net 30 jours
24% d'intérêt par année si payé après 30 jours

Divers
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
Mercredi: 7 066
Samedi: 6 112

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Argenteuil	63,5	63,5
Papineau	11,3	74,8
Île de Montréal	11,0	85,8

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Grenville	34,7
Montréal	11,0
Calumet	10,5
Lachute	8,9
Fasset	5,7

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
89,1%

* À partir des données de la recension ABC du 26 mars 1980

1740

L'ÉCHO DE LA LIÈVRE

ABC/AHR/HC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1952, publié le mercredi
Édité en français par Radio CKML Inc.
515, boul. Paquette
Mont-Laurier
J9L 1K9
Téléphone: (819) 623-1262
C.P. 57
Mont-Laurier
J9L 3G9
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 9$/an
Autres pays: 25$/an

Personnel de direction
Président: Patrick Ryan

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Pierre Borduas
Responsable de l'information:
Lynn Phaneuf

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
J.L.O. Picard

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,32$ la ligne agate

Catégories particulières d'annonces
Annonces politiques: 0,26$ la ligne agate

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
6 971

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cumulatif*
Labelle	81,8	81,8
Terrebonne	4,4	86,2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Mont-Laurier	40,2
Ferme-Neuve	9,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,3%

* À partir des données de la recension ABC du 20 décembre 1978

1750

THE EQUITY

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1883, publié le mercredi
Édité en français et anglais par Pontiac Printshop Ltd
133 Center street
Shawville
J0X 2Y0
Téléphone: (819) 647-2204
C.P. 430
Shawville
J0X 2Y0
Grand format
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Comtés de Pontiac et d'Aylmer: 8$/an
Ailleurs au Canada: 10$/an
Autres pays: 18$/an

Personnel de direction
Éditeur: Ross Dickson

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef: Ross Dickson

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Brent Horner

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,28$ la ligne agate
Pleine page: 672$

Annonce couleur
230$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Gouvernement municipal et avis légaux: 0,28$ la ligne agate
Annonce politique: 0,28$ la ligne agate
Matière à lire: 0,28$ la ligne agate
Petites annonces: 0,06$ le mot, chaque parution minimum de 2,50$. Pas de commission d'agence permise sur les petites annonces
Insertions pré-imprimées: 0,07$ chacune

Page ou position spécifiées
Les positions spéciales ne sont pas vendues

Exigences minimales et maximales
Pas d'espace minimum
Une page pleine: 8 colonnes, 300 lignes agate

Réservations et heures de tombée
Lundi 17 h avant la date de publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 10½ picas
Hauteur de la colonne: 300 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 8
Procédé d'impression: offset

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%
Termes: net 30 jours, 15% par mois sur compte passé dû.

Divers
Toutes les publicités sont sujettes à l'approbation de l'éditeur.
Sur demande de preuve, le matériel doit être reçu 10 jours avant la date de publication.
Envoyez le matériel par la poste,
C.P. Express,
Pontiac Buss Lines Ltd. (via Colonial Coach, Ottawa) ou
Purolator
Pour toutes communications:
Brent Horner
Chef de la publicité
Imprimerie Pontiac Ltée
Pas de frais de composition

1760

LA GATINEAU

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1955, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions Gatineau Ltée
114, de la Ferme
Maniwaki
J9E 2T6
Téléphone: (819) 449-1725
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement
Haute-Gatineau: 6$/an
Canada: 10$/an
Pays étrangers: 15$/an

Personnel de direction
Directeur: Oneil Grondin

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Michel Clermont

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Responsable de la publicité:
Michel Merleau

Tarifs publicitaires
Carte No 136, en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Le vendredi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 195 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 20%

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1979
3 710

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Gatineau	87,5	87,5

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Maniwaki	54,7
Gracefield	8,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
3,2%

* À partir des données de la recension ABC du 27 juin 1979

1770

LA GAZETTE DE MANIWAKI

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1929, publié le mercredi
Édité en français par Le Journal La Gazette de Maniwaki Inc.
212, Notre-Dame
Maniwaki
J9E 2J5
Téléphone: (819) 449-2233
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement
Haute-Gatineau: 5$/an; 7,50$/2 ans
Canada: 7$/an
Ailleurs: 10$/an

Personnel de direction
Président: Théo P. Gargantini

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 16 h précédant la date de parution

Personnel
Responsable de la rédaction:
Serge Payeur

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Lise Lemay

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
2 787

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Gatineau	95,6	95,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Maniwaki	32,9
Gracefield	17,0
Montcerf	9,1
Grand-Remous	7,5
Messines	7,3
Bouchette	5,4

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,5%

* À partir des données de la recension ABC du 28 mai 1980

1780

THE LOW DOWN TO HULL AND BACK NEWS

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le jeudi
Édité en anglais au C.P. 4142
Hull
J0X 1N0
Téléphone: (819) 827-0321
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$

Personnel de direction
Éditeur: A.J. Mantell

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: K.J. Mantell

1790

LA PETITE NATION

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1960, publié le mardi
Édité en français par le Journal La Petite Nation Inc.
70, rue Principale
Saint-André-Avellin
J0V 1W0
Téléphone: (819) 983-2616
C.P. 240
Saint-André-Avellin
J0V 1W0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
Autres pays: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur et président-directeur général:
Serge Lamarche
Directrice: Marie-Andrée Bédard

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef: Jacques Lamarche

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Denis Legault

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er avril 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate
Message d'un client à l'extérieur du territoire du journal: 0,02$ de plus la ligne agate
Tarif combiné avec Le Bulletin de la Lièvre: 0,08$ de plus la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Contrats
2 000 lignes: 0,23$ la ligne agate
5 000 lignes: 0,21$ la ligne agate
10 000 lignes: 0,20$ la ligne agate
20 000 lignes: 0,19$ la ligne agate
30 000 lignes et plus: 0,18$ la ligne agate
Tarif de fréquence
aux 3 semaines: 0,02$ de moins la ligne agate
à la semaine: 0,03$ de moins la ligne agate

Annonce couleur
75$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Annonce politique (payable d'avance): 0,28$ la ligne agate
Matière à lire: 0,28$ la ligne agate
Avis légaux: 0,28$ la ligne agate
Encarts
4 pages et moins: 0,355$
8 pages et plus: 0,04$
Carte d'affaires: 300$
275$ si payé comptant
Publi-reportage
192$ la page
110$ la demi-page
Prix supplémentaire pour une teinte ou un renversé: 10%
Petites annonces
2,00$ pour 20 mots
0,10$ le mot additionnel
3,00$ annonce encadrée

Page ou position spécifiées
10% en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Pour l'édition du mardi suivant, l'heure de tombée est le vendredi midi.
Si l'annonceur désire voir une épreuve de son message: l'heure de tombée est le mercredi midi pour l'édition suivante.
Pour nos éditions spéciales, l'heure de tombée est le mardi précédant l'édition spéciale.

Modalités de paiements
15% de commission aux agences, sur annonce nationale
Messages payés comptant: escompte de 10%

Divers
Les contrats sont honorés jusqu'à l'expiration ou un maximum d'un an.
Quand le volume du contrat est utilisé, le contrat se termine. On procède alors à la signature d'une nouvelle entente. Un contrat n'est pas résiliable et doit être utilisé.
Tout message, dont l'espace n'est pas réservé avant l'heure de tombée du journal, ne sera pas inséré dans l'édition de la semaine suivante.
L'éditeur se réserve le droit d'accepter ou de refuser le contenu de tout message. Il est lié par le code d'éthique professionnelle de l'Association des hebdos et les lois d'affichage et de publicité en vigueur au Québec.
L'éditeur n'engage sa responsabilité que pour le montant de la facture du message.
Toute facture, non payée dans les 30 jours après la parution, sera majorée de frais d'administration.
Après 60 jours, les comptes sont envoyés à une agence de perception.
Prix supplémentaires
Pour une réservation: 10%
Pour une photographie non fournie: 5$ et plus
Pour voir une épreuve: 10%

1800

THE POST

AJHC/AJHQ/OWNA

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1895, publié le mercredi
Édité en anglais par les Publications M/A Inc.
585 James
Buckingham
J8L 2R7
Téléphone: (819) 986-8557
C.P. 180
Buckingham
J8L 2X2
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/an; 19$/2 ans
Pour les personnes âgées: 8$/an
À l'extérieur du Canada: 18$/an

Personnel de direction
Éditeur: W. Assad

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Rédacteur en chef: Stu Lake

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Carte No 79 en vigueur le 1er février 1979

Annonce courante
Tarif national: 0,23$ la ligne agate
Tarif local: sur demande

Annonce couleur
75$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante.
(Réservation 7 jours).

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,20$
Annonce politique: 0,23$
Matière à lire: 0,23$
Annonces classées: 3$/40 mots
(Gratuites 20 mots ou moins)

Réservations et heures de tombée
Vendredi midi
Réservation de 7 jours si couleur additionnelle.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9 picas
Hauteur de la colonne: 225 lignes
Nombre de colonnes par page: 6
Matériel: repros

Modalités de paiements
Commission nationale: 15% aux agences
2% d'escompte si payé avant le 20 du mois suivant.
Net 30 jours.
18% d'intérêt par année si payé après 30 jours.

Divers
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur.

1810

LE RÉGIONAL DE L'OUTAOUAIS

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1967, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions régionales de l'Outaouais Ltée
672, Saint-Joseph
Hull
J8Y 4A8
Téléphone: (819) 776-1063
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
À l'étranger: 35$/an

Personnel de direction
Président: Mario Patry
Éditeur et directeur général:
François Laferrière

INFORMATION
Personnel
Directeur de l'information:
René Marcotte

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
François Laferrière

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,36$ la ligne agate
(traduction: 0,05$)
Tarif local: 0,31$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Contrat d'escompte disponible pour la clientèle locale
5 000 à 10 000 lignes agate: 0,27$ la ligne agate
10 001 à 20 000 lignes agate: 0,26$ la ligne agate
20 001 à 60 000 lignes agate: 0,25$ la ligne agate
60 001 et plus: 0,24$ la ligne agate
Contrat de fréquence
Grandeur minimum: 50 lignes agate par annonce (exception faite des cartes d'affaires du carnet professionnel)
5 insertions consécutives: 0,28$ la ligne agate (pour une même grandeur).
10 insertions consécutives: 0,27$ la ligne agate ou 1 par mois pendant 1 an.
20 insertions consécutives: 0,26$ la ligne agate ou 2 par mois pendant 1 an.
52 insertions consécutives: 0,25$ la ligne agate ou 1 an.

Annonce couleur
85$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante.
(réservations: 7 jours)

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,31$ la ligne
Annonce politique: 0,31$ la ligne
Cartes d'affaires: (clientèle locale)
(pour le carnet professionnel):
600$ pour 50 semaines (payé mensuellement).
450$ pour 50 semaines (payé comptant).
Petites annonces: 3$/20 mots
Frais d'encartage: les circulaires doivent être pliées au format du journal et avoir imprimé en première page, la mention suivante:
Supplément du Journal « Le Régional » de même que la date de publication.
Tarif local
Jusqu'à 16 pages, format tabloïd ou 8 pages grand format: 0.035$ la copie.
De 16 à 24 pages, format tabloïd ou 8 à 12 pages grand format: 0.045$ la copie.
Prix spéciaux pour encarts publicitaires envoyés régulièrement.
Tarif national
16 pages ou moins tabloïd: 0,045$
Plus de 16 pages tabloïd: 0,055$

Page ou position spécifiées
25% de plus

Réservations et heures de tombée
Vendredi midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Matériel: repros

Modalités de paiements
15% de commission aux agences
2% d'escompte, si payé le 20 du mois suivant
Net 30 jours. 2% d'intérêt par mois après 30 jours

Divers
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur

1820

LA REVUE DE GATINEAU

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1956, publié le mercredi
Édité en français par La Revue de Gatineau Inc.
761, Maloney
Gatineau
J8P 1E5
Téléphone: (819) 663-7736
C.P. 127
Gatineau
J8P 6J2
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 20$/an

Personnel de direction
Directeur: Michel Saint-Louis

INFORMATION
Moment de tombée
17 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Yvon Landry

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Michel Saint-Louis

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
0.30$ la ligne agate

1830

LA REVUE DE PAPINEAU

IDENTIFICATION
Hebdomadaire édité en français par La Revue de Gatineau Inc.
761, Maloney
Gatineau
J8P 1G5
Téléphone: (819) 663-7736
C.P. 127
Gatineau
J8P 6J2
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 8$/an

Personnel de direction
Directeur: Michel Saint-Louis

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi

Personnel
Responsable de la rédaction:
Yvon Landry

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Michel Saint-Louis

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
0,20$ la ligne agate

Nord-Ouest

1840

CONTACT

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1977, publié le mercredi
Édité en français et anglais par L'Association Communautaire de Témiscaming
C.P. 757
Témiscaming
J0Z 3R0
Téléphone: (819) 627-9050
Petit format
Coût du numéro: gratuit à Témiscaming
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditrice: Danielle Gravelle

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi après-midi

Personnel
Responsable de la rédaction:
Danielle Frenette-Gravelle

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Danielle Frenette-Gravelle

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
1 page complète (8" x 10"): 80$
½ page: 40$
¼ page: 22$
⅛ page: 15$
1 colonne: 5$

1850

LE COURRIER DE MALARTIC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par Le Courrier de Malartic Inc.
380, Abitibi
Malartic
J0Y 1Z0
Téléphone: (819) 757-4712
C.P. 4020
Malartic
J0Y 1Z0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement: 13$/an

Personnel de direction
Directrice: Denyse Rousson

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 13 h

Personnel
Responsable de la rédaction:
Michel Saint-Denis

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Carole Trépanier-Ayotte

Tarifs publicitaires
Carte No 8 en vigueur le 1er novembre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,25$ la ligne agate

Annonce couleur
70$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,25$ la ligne agate
Annonce politique: 0,25$ la ligne agate
Encart: 0,35$ l'unité

Page ou position spécifiées
20% en sus du tarif d'une annonce courante.

Réservations et heures de tombée
Le lundi à midi.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 185 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

1860

LES ÉCHOS ABITIBIENS

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaires publiés le mercredi
Édités en français par L'Écho abitibien
Division de Groupe Québécor Inc.
1085, 3e Avenue
Val-d'Or
J9P 1T5
Téléphone: (819) 825-3755
C.P. 100
Val-d'Or
J9P 4P2
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Canada: 26$/an; 17$/6 mois
États-Unis: 44$/an; 27$/6 mois
Étudiants: 10$/8 mois; 12$/10 mois

Personnel de direction
Directeur général: Jacques Nadon
Nom des éditions
L'Écho Abitibien: (819) 825-3755
L'Écho d'Amos: (819) 732-6531
L'Écho d'Abitibi-Ouest: (819) 333-5507
L'Écho de Malartic: (819) 825-3755
L'Écho de la Baie-James: (819) 825-3755

INFORMATION
Personnel
Directeur de l'information et rédacteur en chef:
Jean Roy

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur commercial: Jacques Nadon

Tarifs publicitaires
Carte No 81 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national combiné (pour les 5 éditions): 0,56$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate, par Hebdo A-1, avec un contrat de 10 000 lignes.

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,56$ la ligne agate
Annonce politique: 0,56$ la ligne agate
Matière à lire: 0,56$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% de plus

Réservations et heures de tombée
Le vendredi à midi.

Précisions typographiques
Format: 10¼ x 13¼
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 185 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Matériel requis: repros

Modalités de paiements
Commission: 15%.
Net 30 jours.

Divers
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur.
Contrats honorés jusqu'à expiration.

DISTRIBUTION
ÉDITION: L'ÉCHO ABITIBIEN
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
8 127

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Abitibi	88,2	88,2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Val-d'Or	
(zone urbaine)	68,1
Senneterre	13,3
Lebel-sur-Quévillon	5,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,6%

ÉDITION: L'ÉCHO D'AMOS
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
2 894

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Abitibi	96,2	96,2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Amos	89,1

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,4%

ÉDITION: L'ÉCHO D'ABITIBI-OUEST
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
2 337

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% *cumulatif*
Abitibi	84,4	84,4
Témiscamingue	15,2	99,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
La Sarre	41,3
Rouyn	15,2
Macamic	7,3
Normétal	6,1

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,9%

ÉDITION: L'ÉCHO DE MALARTIC
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
872

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% cumulatif
Abitibi	98,7	98,7

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Malartic	88,6

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,1%

ÉDITION: L'ÉCHO DE LA BAIE-JAMES
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
581

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% cumulatif
Territoire du Nouveau-Québec	99,2	99,2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Matagami	52,7
Baie-James	46,5

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

1870

LA FRONTIÈRE

ABC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1937, publié le mercredi
Édité en français par Le Groupe Québécor Inc.
82, Perreault ouest
Rouyn
J9X 2T4
Téléphone: (819) 762-4361
C.P. 490
Rouyn
J9X 5C4
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/6 mois; 26$/an
États-Unis et autres: 25$/6 mois; 45$/an

Personnel de direction
Directeur général: Robert Martino

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Directeur de l'information: Philippe Chatillon

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité: Robert Martino

Tarifs publicitaires
Carte No 81 des Hebdos A-1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,40$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
Un escompte de 0,01$ la ligne agate par Hebdo A-1 avec un contrat de 10 000 lignes

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 125$
Noir et 2 couleurs: 225$
Noir et 3 couleurs: 300$
Quadrichromie: 400$

Catégories particulières d'annonces
Matière à lire, nominations, appels d'offre, avis légaux: 0,50$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 185 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Type de matériel: repros

Modalités de paiements
15% de commission aux agences.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
13 001

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	% cumulatif
Témiscamingue	58,1	58,1
Abitibi	41,1	99,2

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Rouyn-Noranda (zone urbaine)	48,3
La Grande (Baie-James)	11,8
La Sarre	10,2

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,6%

* À partir des données de la recension ABC du 11 juin 1980

1880

LE REFLET D'ICI

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1978, publié le mercredi
Édité en français par le Reflet d'Amos Inc.
25, 1re Avenue est
Amos
J9T 1H2
Téléphone: (819) 732-5898
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/an; 6$/6 mois
États-Unis et autres pays: 16$/an, 8$/6 mois

Personnel de direction
Éditeur et président-directeur général: Yvon Chagnon

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi midi

Personnel
Rédacteur en chef: Jules Guitard

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Eddy Michaud

Tarifs publicitaires
Carte No 2 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,28$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Annonce politique: 0,28$ la ligne agate
Avis légaux: 0,28$ la ligne agate
Traduction: 0,10$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Le lundi à midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 185 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Format de la page: 1 110 lignes agate

1890

THE ROUYN-NORANDA PRESS

ABC/CWNA

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1932, publié le jeudi
Édité en anglais par Les Publications du Nord-Ouest
(Division du Groupe Québécor Inc.)
82, Perreault ouest
Rouyn
J9X 5C4
Téléphone: (819) 762-4000
C.P. 490
Rouyn
J9X 5C4
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Canada: 14$/an; 8$/6 mois
Autres pays: 20$/an; 12$/6 mois

Personnel de direction
Directeur général: Robert Martino

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Robert Martino

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Personnel
Directeur de la publicité: Robert Martino

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante
Tarif local: 0,22$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
5 000 lignes: 0,20$ la ligne agate
10 000 lignes: 0,19$ la ligne agate
15 000 lignes: 0,18$ la ligne agate
20 000 lignes: 0,17$ la ligne agate
25 000 lignes: 0,16$ la ligne agate
50 000 lignes: 0,15$ la ligne agate

Demi-page (avec contrat): 90$
4 semaines consécutives: 85$
13 semaines consécutives: 80$
26 semaines consécutives: 75$
39 semaines consécutives: 70$
52 semaines consécutives: 65$
1 page (avec contrat): 165$
4 semaines consécutives: 160$
13 semaines consécutives: 155$
26 semaines consécutives: 150$
39 semaines consécutives: 140$
52 semaines consécutives: 120$

Annonce couleur
Page centrale double, couleur: 400$
Noir et 1 couleur: 125$ en sus du tarif d'une annonce courante.
Noir et 2 couleurs: 225$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux, appels d'offres: 0,30$
Petite annonce, par insertion: 2,50$
(minimum 20 mots): 0,05$ du mot additionnel
Matière à lire: 0,30$
Remerciements, avis de décès, anniversaires, mariages etc: 10$
(maximum 40 lignes) avec photo: 10$ de plus
Annonce encadrée: 0,22$ la ligne agate
Service d'un casier postal: 3,25$
Faire parvenir les réponses et casier postal: 6,50$

Réservations et heures de tombée
Le vendredi à midi.

Précisions typographiques
Imprimé par procédé Offset.
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 185 lignes agate
Colonnes par page: 6
Format d'une page: 10¼ x 13¼
Lignes agate totales par page: 1 110
Matériel: repros

Divers
Toute annonce sujette à l'approbation de l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
1 177

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%	*% cu nulatif*
Abitibi	52,7	52,7
Témiscamingue	46,9	99,6

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Rouyn-Noranda (zone urbaine)	40,7
La Grande (Baie-James)	39,0
Cadillac	6,9

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
6,1%

* À partir des données de la recension ABC du 26 juin 1980

1900

LE TÉMISCAMIEN

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1974, publié le mercredi
Édité en français par Publipresse Inc.
9C, Notre-Dame-de-Lourdes
Ville-Marie
J0Z 3W0
Téléphone: (819) 629-2618
C.P. 219
Ville-Marie
J0Z 3W0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement
16$/an
À l'extérieur de la localité: 20$/an; 12$/6 mois

Personnel de direction
Président et directeur général: Lionel Lacasse

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Personnel
Rédactrice en chef et directrice de l'information: Jolyne Lalonde

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité: Lionel Lacasse

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,28$ la ligne agate

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 185 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

1910

THE VAL-D'OR STAR

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1939, publié le mercredi
Édité en anglais par the Val-d'Or Star
Division des Publications Nord-Ouest Inc.
1085, 3e Avenue
Val-d'Or
J9P 1T5
Téléphone: (819) 825-3755
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,30$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an; 8$/6 mois
États-Unis et autres pays: 18$/an; 9$/6 mois

Personnel de direction
Directeur général: Jacques Nadon

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

Personnel
Responsable de l'information: Jean Roy

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Jacques Nadon

Tarifs publicitaires
Carte intégrée à celle des Échos abitibiens en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,20$ la ligne agate

Annonce couleur
50$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante.

Réservations et heures de tombée
10 jours avant publication.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 185 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 3 mois se terminant le 30 septembre 1980
268

Organisme de certification de tirage
ABC

Principal territoire de distribution*

Comté	%
Abitibi	96,9

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale*

Municipalité	%
Val-d'Or (zone urbaine)	77,9
Malartic	12,0

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
4,0%

* À partir des données de la recension ABC du 25 juin 1980

Cote-Nord et Nouveau-Quebec

1920

L'ÉLAN SEPT-ÎLIEN

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1966, publié le jeudi
Édité en français par Les Éditions du Nor-Man Inc.
456, Arnaud, bureau 226
Sept-Îles
G4R 3B1
Téléphone: (418) 968-1230
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 16$/an
À l'étranger: 18$/an

Personnel de direction
Directeur: J.-M. Gagnon

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,31$ la ligne agate

Annonce couleur
85$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante
(minimum 400 lignes)

Catégories particulières d'annonces
Annonce politique: 0,32$ la ligne agate
Annonce style matière à lire: 0,32$ la ligne agate
Avis légaux: 0,32$ la ligne agate
Annonces classées: 0,28$ le mot
(minimum 7$, aucune commission).

Réservations et heures de tombée
17 h le mardi, pour le noir et blanc.
4 jours avant la publication pour la couleur.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
2% d'escompte

Divers
Annonces de bières et spiritueux acceptées.

1930

LE NORDIC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1965, publié le samedi
Édité en français par Les Éditions Nordiques Inc.
Division du Groupe Québécor Inc.
3, Place Lasalle
Baie-Comeau
G4Z 1J8
Téléphone: (418) 296-6744
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$

Personnel de direction
Directrice générale: Claire Brisson

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi midi

Personnel
Directeur de l'information: René Vallée

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur commercial: Daniel Emond
Publicitaires: Luc Michaud
Yves Proulx
Raymond Corriveau

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,30$ la ligne agate
Tarif local: 0,23$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit

5 000 à 14 999 lignes:	0,20$
15 000 à 24 999 lignes:	0,19$
25 000 à 49 999 lignes:	0,18$
50 000 à 99 999 lignes:	0,17$
100 000 à 199 999 lignes:	0,16$

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne, 8 picas
Hauteur de la colonne, 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page, 7

1940

LE NORDIC

AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le samedi
Édité en français par Les Éditions Nordiques (division du groupe Québécor Inc.)
365, boul. Laure
Sept-Îles
G4R 1X2
Téléphone: (418) 962-9441
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Canada: 30$/an
Pays étrangers: 35$/an

Personnel de direction
Directrice générale: Paryse Saint-Pierre
Directeur général régional: Paul Brisson

INFORMATION
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur de l'information:
Jean-Guy Gougeon

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur commercial: Arthur Silverstone

1950

LE NORD-EST

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions Nordiques (division du groupe Québécor Inc.)
365, boul. Laure
Sept-Îles
G4R 1X2
Téléphone: (418) 962-9441
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 30$/an
Pays étrangers: 35$/an

Personnel de direction
Directrice générale: Paryse Saint-Pierre
Directeur général régional: Paul Brisson

INFORMATION
Personnel
Directeur de l'information:
Jean-Guy Gougeon

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur commercial: Arthur Silverstone

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
20 137

Organisme de certification de tirage
ODC

1960

PLEIN JOUR SUR LA MANICOUAGAN

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1975, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions Nordiques Inc.
3, Place Lasalle
Baie-Comeau
G4Z 1J8
Téléphone: (418) 589-5900
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directrice générale: Claire Brisson

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Responsable de l'information: René Vallée

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur de la publicité: Daniel Ernond
Publicitaires: Luc Michaud
Yves Proulx
Raymond Corriveau

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,34$ la ligne agate
Tarif local: 0,23$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit

5 000 à	14 999 lignes:	0,20$
15 000 à	24 999 lignes:	0,19$
25 000 à	49 999 lignes:	0,18$
50 000 à	99 999 lignes:	0,17$
100 000 à	199 999 lignes:	0,16$

Annonce couleur
100$ par page, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonne par page: 7

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
13 100

Organisme de certification de tirage
ODC

1970

PLEIN JOUR SUR LE SAGUENAY

ODC/AHR

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1968, publié le mercredi
Édité en français par Les Éditions Nordiques Inc. (Division de Groupe Québécor Inc.)
15, 2e Avenue
Forestville
G0T 1E0
Téléphone: (418) 587-4467
C.P. 760
Forestville
G0T 1E0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directeur générale: Paul Brisson

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 11 h

Personnel
Directeur de l'information: Paul Fortier

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Personnel
Directeur commercial: Luc Brisson

Tarifs publicitaires
Carte No 25 des Journaux Sélect en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,28$ la ligne agate
Tarif local: 0,21$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
5 000 à 14 999 lignes: 0,18$
15 000 à 24 999 lignes: 0,17$
25 000 à 49 999 lignes: 0,16$
50 000 et plus: 0,15$

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits selon la carte de tarifs des Journaux Sélect du 1er février 1981
5 400

Organisme de certification de tirage
ODC

1.1.4 Bimensuels et mensuels nationaux

1980

POP ROCK

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1971
Édité en français par Les Éditions de l'Ultra-Monde
425, place Jacques Cartier, bureau 120
Montréal
H2Y 3B1
Téléphone: (514) 871-9522
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,75$
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Directeur: Géo Giguère

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Géo Giguère

PUBLICITÉ
Personnel
Publicité: Jinette Venne

1990

LES VEDETTES INTERNATIONALES

IDENTIFICATION
Bimensuel édité en français par
Les Publications F. Lévesque Inc.
418, Sherbrooke est
Montréal
H2L 1J6
Téléphone: (514) 843-6578
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$

Personnel de direction
Présidente et directrice: Freida Couture

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Ghislain Tremblay

2000

LES VEDETTES QUÉBÉCOISES

IDENTIFICATION
Hebdomadaire édité en français par
Les Publications Diafré Inc.
418, Sherbrooke est
Montréal
H2L 1J6
Téléphone: (514) 843-6578
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$

Personnel de direction
Directeurs: Freida Couture
Guy Pothier

1.1.5 Bimensuels et mensuels regionaux

2010

L'ALADIN

IDENTIFICATION
Bimensuel publié le jeudi
Édité en français et anglais au C.P. 2567
Base des Forces Armées Canadiennes
Saint-Jean-sur-Richelieu
J3B 6Z8
Téléphone: (514) 346-2131
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directeur: Capitaine P. Poisson

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef:
Capitaine P. Poisson

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité:
Ginette Lebeau

2020

ALTITUDE 1350

AHR

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1972, publié le 1er vendredi de chaque mois
Édité en français par Le Journal Altitude 1350 Ltée
1069, Principale
Saint-Donat
J0T 2C0
Téléphone: (514) 424-2610
C.P. 1350
Saint-Donat
J0T 2C0
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,35$
Coût de l'abonnement
Local: 4$/an
À l'étranger: 5$/an

Personnel de direction
Directeur: Guy Paquette

INFORMATION
Moment de tombée
17 h le vendredi précédant le 1er vendredi du mois

Personnel
Responsable de la rédaction:
Guy Paquette

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Guy Paquette

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er mars 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,20$ la ligne agate
Tarif local: 0,14$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
3 000 lignes: 0,13$
5 000 lignes: 0,12$
10 000 lignes: 0,11$
15 000 lignes: 0,105$
25 000 lignes: 0,10$
Pour plusieurs éditions sur maximum d'un an

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaire
20 lignes agate sur 2 colonnes: 6,80$
25 lignes agate sur 2 colonnes: 8,50$
30 lignes agate sur 2 colonnes: 10,20$
Avis publics, municipal, scolaire, provincial et fédéral: 0,20$ la ligne agate
Annonces politiques: 0,20$ la ligne agate
Annonces de groupes: 0,20$ la ligne agate
Avis légaux, appels d'offre, demandes de soumissions, etc.: 0,20$ la ligne agate
Publi-reportages
1 page: 210$
1/2 page: 140$

Réservations et heures de tombée
Vendredi précédant le 1er vendredi du mois

2030

ATUAQNIK

IDENTIFICATION
Mensuel édité en inuk et anglais par Tagralik/Atuaknik
C.P. 59
Kuujjuak
J0M 1C0
Téléphone: (819) 964-2887
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur: Alec C. Gordon

2040

LE CONFIDENT DE LA RIVE-NORD

AHR

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1960, publié les 1er et 3e mercredis du mois
(hebdomadaire à compter du 4 mars 1981)
Édité en français par Le Confident de la Rive-Nord Inc.
225, Nairn
La Malbaie
G0T 1J0
Téléphone: (418) 665-3925
C.P. 848
La Malbaie
G0T 1J0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Charlevoix: 13$/an
Extérieur de Charlevoix: 18$/an

Personnel de direction
Éditeur-propriétaire et directeur:
Marcel Guay

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Éditorialiste: Robert Giroux
Responsable de l'information:
Rémi Tremblay

PUBLICITÉ
Personnel
Conseiller publicitaire:
Marcel Guay

Tarifs publicitaires
Carte No 24 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
0,35$ la ligne agate

Annonce couleur
100$, première couleur
75$, deuxième couleur
70$, troisième couleur

Catégories particulières d'annonces
Encart: 0,04$ et plus

Page ou position spécifiées
Aucune position assurée

Réservations et heures de tombée
Date limite avant publication: lundi 17 h

Précisions typographiques
Type d'impression: offset
Lignes agate dans une page: 1 200
Nombre de colonnes: 6
Largeur de la colonne: 9½ picas

Modalités de paiements
15% de commission aux agences de publicité

2050

LE COURRIER MÉTROPOLITAIN

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1968
Édité en français au 1470, Fleury est, bureau 3
Montréal
H2C 1S8
Téléphone: (514) 389-5324
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditrice: Carmen B. Langevin
Directeur: Roland Langevin

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h, précédant la parution

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Roland Langevin

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur le 1er mai 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,50$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
25% additionnel

Réservations et heures de tombée
Annonces acceptées jusqu'au vendredi à midi

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 8 picas
Hauteur de la colonne: 195 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 7 (1 365 lignes agate)
Largeur de la page (montage): 10⅜"
Hauteur de la page (montage): 14"
Matériel repros requis

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Paiement net en 30 jours

2060

L'ÉCHO DU CONSEIL

IDENTIFICATION
Mensuel publié la dernière semaine du mois
Édité en français par Les Publications B.J. Inc.
990, Castelneau
Saint-Hyacinthe
J2S 6S8
Téléphone: (514) 774-2041

Petit format
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Président: Claude Bergeron
Nom des éditions
Sainte-Cécile-de-Milton, Roxton-Sud, Roxton-Falls, Saint-Joachim, Upton, Saint-Liboire, Sainte-Hélène, Saint-Nazaire, Saint-Valérien, Saint-Paul d'Abbotsford, Saint-Pie, Saint-David, Saint-Bonaventure, Saint-Marcel, Saint-Guillaume, Saint-Eugène, Saint-Pie-de-Guire, Saint-Césaire, Rougemont, Sainte-Rosalie, Saint-Simon, Saint-Hugues, Saint-Amable, Saint-Marc

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 de chaque mois

Personnel
Rédacteur en chef: Michel Mathieu
Directeur de l'information:
Claude Bergeron

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Michel Mathieu

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante
1 page, 1 parution
1 édition: 150$
3 éditions et plus: 140$
5 éditions et plus: 130$
10 éditions et plus: 120$

Escompte ou prix réduit

Format	1 édit	3 édit et plus	5 édit et plus	10 édit et plus
	$	$	$	$
1/8 page	30	28	26	25
1/4 page	55	55	50	45
1/3 page	75	70	60	55
1/2 page	90	85	75	70

Abonnement de 6 mois, coût par mois

Format	1 édit	3 édit et plus	5 édit et plus	10 édit et plus
	$	$	$	$
1/8 page	28	26	25	23
1/4 page	55	50	45	40
1/3 page	70	60	55	50
1/2 page	85	75	70	65
1 page	140	130	120	100

2070

L'ÉCLAIR

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1974, publié le 3e mercredi du mois
Édité en français et anglais au 5239, Foster
Waterloo
J0E 2N0
Téléphone: (514) 539-1404
C.P. 1123
Waterloo
J0E 2N0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 5$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Jacques Robert

INFORMATION
Moment de tombée
Le 2e mercredi de chaque mois

Personnel
Responsable de la rédaction:
Jacques Robert
Responsable de l'information:
Éloi Corriveau

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Jacques Robert

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er mars 1980

Annonce courante
Tarif général: 0.40$ la ligne agate

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 60$ la page
Noir et 2 couleurs: 120$ la page
Noir et 3 couleurs: 180$ la page

Catégories particulières d'annonces
Carrières et professions: 0.40$ la ligne agate
Annonces politiques et électorales: 0.40$ la ligne agate
Encarts imprimés à l'avance:
tarifs sur demande, minimum 50$/1 000

Page ou position spécifiées
Position garantie: 0.50$ la ligne agate
Haut de colonne: 0.50$ la ligne agate

Réservations et heures de tombée
7 jours avant publication

Précisions typographiques
Format tabloïd
Nombre de colonnes: 6
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Page complère: 1 200 lignes agate
Matériel requis: repros
Impression par procédé offset

Modalités de paiements
Intérêt de 2%, après 30 jours

2080

L'ÉLAN

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1978, publié les 1er et 3e mercredis du mois
Édité en français par Les Publications régionales J.P.G. Inc.
C.P. 308
Loretteville
G2B 3W8
Téléphone: (418) 839-7986
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 15$/an, par la poste

Personnel de direction
Éditeurs: Jocelyn Pedneault
Gilles Fiset

INFORMATION
Moment de tombée
Le jeudi précédant la publication

Personnel
Responsable de la rédaction:
André Dorion

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Gilles Fiset

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0.40$ la ligne agate

2090

LE/THE PARAPET

IDENTIFICATION
Bimensuel publié les mercredis le plus près du 15 et du 30 de chaque mois
Édité en français et anglais par Base des Forces Armées Canadiennes
Saint-Hubert
J3Y 5T4
Téléphone: (514) 671-3711
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Président du comité de rédaction:
Major B.J. Fowler

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction:
Lieutenant Pat Samson

PUBLICITÉ
Personnel
Gérant de la publicité:
Lieutenant J.-P. Pilon

2100

LE REFLET DE MON MILIEU

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par Le Groupe Périodique Québec-Canada Inc.
809, boul. des Chutes
Beauport
G1E 2C5
Téléphone: (418) 661-5103
C.P. 5004
Beauport
G1E 6B3
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 6$/an; 10$/2 ans
Nom des éditions
Côte de Beaupré, Beauport, Lévis-Lauzon, Sainte-Foy, Charlesbourg, Sillery, Cap-Rouge, Limoilou

2110

LE RÉGIONAL

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1977, publié le lundi
Édité en français par Publicité Boris Inc.
169, boul. du Séminaire
Saint-Jean
J3B 5K4
Téléphone: (514) 347-8328
C.P. 555
Saint-Jean
J3B 6Z8
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
0,25$ pour les numéros vendus

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Boris Borduas

INFORMATION
Moment de tombée
10 jours avant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction:
Boris Borduas

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Chantal de Guise-Borduas
Publicitaire: Hélène Rodrigue

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0,55$ la ligne agate

2120

RIVE SUD-EXPRESS

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français au 1487, des Pionniers
Saint-Nicolas
G0S 2Z0
Téléphone: (418) 831-5635
C.P. 40
Saint-Nicolas
G0S 2Z0
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 5$/an

Personnel de direction
Directeur: Albert Gervais

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Jocelyn Gervais

2130

SPEC

ABC

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1975, publié tous les 2 jeudis
Édités en anglais par Les Publications de la Côte Inc.
C.P. 99
New-Carlisle
G0C 1Z0
Téléphone: (418) 752-5400
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/an
Pays étrangers: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jordan Brown
Président: T. Stanley

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef: Jordan Brown

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité:
Madame Carrol Scott

Tarifs publicitaires
Carte de tarif pour 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,23$ la ligne agate
Tarif local: 0,13$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 page: 155$
1/2 page: 80$
1/3 page: 55$
1/4 page: 40$

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 25$ minimum ou 0,16$ la ligne agate
Carte d'affaires: 220$ par année ou 8,50$ l'unité

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 septembre 1980
3 136

Organisme de certification de tirage
ABC

2140

LE TOUT VANIER

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1979, publié le mardi
Édité en français par Les Éditions Le Tout Vanier
101, Bisson
Vanier
G1M 2V4
Téléphone: (418) 681-9257
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditrice: Huguette Perras

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi précédent

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Huguette Perras

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Huguette Perras

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er août 1980

Annonce courante
Tarif de la ligne agate

Catégorie d'annonce	300 lignes et plus	Moins de 300 lignes
	$	$
Occasionnel	0.25	0.30
Contrat annuel (12 parutions)	0.23	0.25
Contrat annuel (24 parutions)	0.22	0.22

Page ou position spécifiées
Page couverture: 50% de plus (couleur incluse)
Page de dos: 20% de plus (couleur incluse)
Couleur page centrale: 10% de plus
Plus précise à l'intérieur: 10% de plus

2150

THE TOWNSHIPS SUN

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1973, publié le dernier jeudi de chaque mois
Édité en anglais par The Townships Sun
C.P. 28
Lennoxville
J1M 1Z3
Téléphone: (819) 566-7424
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.95$
Coût de l'abonnement
10$/an; 19$/2 ans
Personnes âgées et institutions: 7$/an; 12$/2ans
À vie: 100$
À l'étranger: 11.50$/an

Personnel de direction
Éditrice: Jessica Perkins
Directeur: John Boudreau

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15e jour du mois

Personnel
Responsable de la rédaction: Jessica Perkins
Responsable de l'information: John Boudreau

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: John Boudreau

Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0.38$ la ligne agate
Tarif local

Format	1 mois	3 mois	12 mois
	$	$	$
Centre (2 pages)	780	700	—
1 page	385	300	275
1/2 page	200	180	140
1/4 page	105	94	72
1/8 page	58	52	40
1/16 page	37	33	26

Annonce couleur
Une couleur seulement, sur la couverture: 100$ de surplus

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaires: 25$ chacune
Page à marge perdue: 15% de surplus
Encarts: tarifs sur demande

Page ou position spécifiées
Couverture arrière (2e section): 450$
Couverture arrière (1re section): 425$
Position préférée: 15% de surplus

Réservations et heures de tombée
Réception du matériel publicitaire: 15 jours avant la publication

Précisions typographiques

Format	Largeur	Hauteur
1 page	10¼	13½
1/2 page	10¼	6¾
1/4 page	5⅛	6¾
1/8 page	5⅛	3¼
1/16 page	5⅛	1⅝

Imprimé par procédé offset
Format fini: 13½ x 10¼
Grandeur de forme: 14 x 11
Nombre de colonnes: 4
Largeur de colonne: 2¼ (13½ picas)
Hauteur de colonne: 11"

Modalités de paiements
Les agences de publicité reconnues recevront 15% de commission et pourront déduire un escompte de caisse de 2%, pour paiement reçu dans les 15 jours de la date de facture.

1.1.6 Journaux ethniques

2160

ABAKA

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1975, publié le samedi
Édité en arménien, français et anglais par
Le Centre de publication Tékéyan
663, Jarry ouest
Montréal
H3N 1G3
Téléphone: (514) 273-0855
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.50$
Coût de l'abonnement
Canada et États-Unis: 20$/an
Ailleurs: 25$/an

Personnel de direction
Président: Docteur Artin Arzoumanian
Administrateur: Yervant Papazian

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi précédant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Yervant Papazian

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Madame F. Hagrepian

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1978

Annonce courante
4$ le pouce-colonne
260$ pour une pleine page (13" sur 5 colonnes)

Escompte ou prix réduit
Rabais de 20% pour plus de 3 insertions
rabais de 30% pour plus de 10 insertions
Rabais de 50% pour une publication annuelle (50 insertions)

2170

CIAO

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1970
Édité en italien par Ciao Publishing Co. Ltd.
1081, bas de l'Assomption nord
Ville de l'Assomption
J0K 1G0
Téléphone: (514) 598-7195
Format: revue
Coût du numéro: 1.50$
Cout de l'abonnement
Canada et États-Unis: 15$/an
Ailleurs: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: Pascal Barrasso

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef:
Jeanne d'Arc Noreau

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité nationale:
Marco Giovannini
Directeur de la publicité locale:
Massimo Conti

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	1 100	1 080	1 000	900
2 colonnes	1 000	980	900	800
1/2 page ou				
3/4 col., double	780	750	700	680
1 col. ou				
1/2 col., double	650	600	550	500

Annonce couleur

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
2e couleur				
1 page	1 180	1 150	1 100	1 000
2 col.	1 080	1 050	1 000	950
1/2 page ou				
3/4 col., double	1 010	980	950	900
1 col. ou				
1/2 col., double	835	800	680	650
3e couleur				
1 page	1 220	1 200	1 180	1 100
2 col.	1 120	1 100	1 080	1 050
1/2 page ou				
3/4 col., double	1 050	1 030	1 010	990
1 col. ou				
1/2 col., double	875	855	755	700
4e couleur				
1 page	1 300	1 280	1 200	1 100
2 col.	1 200	1 180	1 100	1 000
1/2 page ou				
3/4 col., double	1 030	1 010	1 000	900
1 col. ou				
1/2 col., double	955	935	900	800
Couvertures (4 couleurs, non résiliables)				
1re	non vendue			
2e et 3e	1 400	1 350	1 300	1 250
4e	1 600	1 550	1 400	1 350

Catégories particulières d'annonces
Page à marge perdue: 10% de plus
Encarts: tarifs sur demande

Page ou position spécifiées
20% de supplément

Réservations et heures de tombée
3 semaines avant la parution

Précisions typographiques
Imprimé offset
Page type: 8½ x 11
Marge perdue: 8¾ x 11¼
Hauteur de la colonne: 9¼
Largeur de la colonne: 13½ ems
Nombre de colonnes: 3
Matériel requis: épreuves ou négatifs
Trame demi-ton: 65-133
Compter ⅜" pour le rognage

Modalités de paiements
15% de commission aux agences
2% d'escompte, si payé dans les 30 jours

2180

IL CITTADINO CANADESE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1941, publié le mercredi
Édité en italien par Riviera Printers and Publishers Inc.
6896, boul. Saint-Laurent
Montréal
H2S 3C7
Téléphone: (514) 277-3181
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement: 12$/an; 23$/2 ans; 33$/3 ans

Personnel de direction
Éditeur: Nicola Ciamarra

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi midi

Personnel
Rédactrice en chef: Rickie Garofoli

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Nick Ciamarra
Publicitaire: Dominique Pileggi

Tarifs publicitaires
Carte No 38 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,50$ la ligne agate
Tarif local: 0,35$ la ligne agate

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux et publicité politique (paiement à l'avance): 0,50$ la ligne agate

Page ou position spécifiées
Page spécifiée (ex. éditorial): 25%
Le haut de la page n'est pas à vendre.

Réservations et heures de tombée
Vendredi 17 h

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ ems - 1⅜"
Longueur de la colonne: 14"
Nombre de colonnes: 6
Nombre de lignes agate par page: 1 200

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
2% d'escompte sur paiement effectué dans les 30 jours

Divers
L'espace réservé doit servir à annoncer un seul commerce.
Les éditeurs se réservent le droit de refuser ou d'omettre toute annonce ou annuler tout contrat pour des raisons suffisantes, sans aucune indemnité pour les deux parties.
Le texte est sujet à l'approbation des éditeurs, qui se réservent le droit d'omettre toute annonce, sans avis préalable.
Les frais pour chaque annonce produite et non publiée seront facturés.
La traduction sera faite gratuitement pour les agences de publicité.

2190

CORRIERE ITALIANO

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1952, publié le jeudi
Édité en italien par Courier Publication Ltée
6900, Saint-Denis
Montréal
H2S 2S2
Téléphone: (514) 279-4536
Format: tabloïd
Coût du numéro:
0,25$ zone métropolitaine
0,30$ à l'extérieur
Coût de l'abonnement: 10$/an; 18$/2 ans; 25$/3 ans

Personnel de direction
Éditeur-directeur général:
Alfredo Gagliardi

INFORMATION
Moment de tombée
Le mardi midi

Agence de presse
ANSA

Personnel
Respondable de la rédaction: P. Budai
Respondable de l'information: V. Soherri

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Vincent-Jimmy Campanelli

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,55$ la ligne agate
Tarif local: 0,45$ la ligne agate

2200

LE COURRIER FRANÇAIS

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par
L'Union Française
429, Viger
Montréal
H2L 2N9
Téléphone: (514) 845-5195
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,75$
Coût de l'abonnement: 8,50$/an

Personnel de direction
Président: Bertrand de la Perrière

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Michel Durand

2210

DIALOGO

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1980, publié la 1re semaine du mois
Édité en espagnol par Dialogo
C.P. 532, succursale « E »
Montréal
H2T 3A9
Téléphone: (514) 674-3939
Format: revue (feuilles 17 x 11 pliées)
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
Canada: 7$/an
De soutien: 410$/an
À l'étranger: selon les tarifs postaux en vigueur

Personnel de direction
Éditrice: Lorraine Pipon
Directeur: Juanjo Quemada

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois précédent

Personnel
Responsable de l'information:
Lorraine Pipon

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Lorraine Pipon-Quemada

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante

Format	Sans contrat	Avec contrat (6 numéros)
	$	$
1 page	215	175
1/2 page	110	90
1/4 page	60	50
1/8 page	30	25

Page ou position spécifiées

Couverture	Sans contrat	Avec contrat
	$	$
Page couverture extérieure	325	275
Page couverture intérieure	275	225

2220

DRASSIS

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1971, publié le 15 de chaque mois
Édité en grec au 8085, Birnam
Montréal
H3N 2T6
Téléphone: (514) 271-9325
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 5$/an
États-Unis: 6$/an
Europe: 10$/an
Europe (courrier aérien): 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: Stylianos D. Guzmas

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction:
Stylianos D. Guzmas

2230

GREEK CANADIAN REPORTAGE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le jeudi
Édité en grec au 7438, Durocher
Montréal
H3N 2A3
Téléphone: (514) 279-2610
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,15$
Coût de l'abonnement: 13$/an

Personnel de direction
Éditeur: Antony Bartzakos

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Antony Bartzakos

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: D. Peths

2240

GREEK CANADIAN TRIBUNE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire édité en grec par Greek Printing and Publishing Enr
5619, avenue du Parc
Montréal
H2V 4H2
Téléphone: (514) 272-6873
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement
Canada: 15$
États-Unis: 20$

Personnel de direction
Éditeur: G. Papadakis

2250

HORIZON

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1979, publié le lundi
Édité en arménien par La Compagnie de Publications Arméniennes
340, Olivar-Osselin
Montréal
H4J 1L5
Téléphone: (514) 331-2594
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Canada et États-Unis: 20$/an, 12$/6 mois
À l'étranger: 40$/an, 20$/6 mois

Personnel de direction
Éditeur: Haven Irjejikian

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi précédant la date de parution

Personnel
Responsable de la rédaction:
Hagop Hagofian

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Hagop Hagofian

2260

INSIEME

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1973, publié le mardi
Édité en italien par Les Publications Ensemble Inc.
9632, boul. Saint-Michel
Montréal
H1H 5G6
Téléphone: (514) 388-2691
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.25$
Coût de l'abonnement:
10$/an
18$/2 ans
25$/3 ans

Personnel
Éditeur: P. Guiseppe De Rossi
Directeur: P. Enrico Morassut

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 12 h

Agence de presse:
INFORM, ANSA

Personnel
Directeur de l'information:
Pasquale Cifarelli
Responsable de l'information:
P. Enrico Morassut

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Riccardo Musci

Tarifs publicitaires
Carte No 8 en vigueur le 1er juin 1980

Annonce courante
Tarif national: 0,50$ la ligne agate
Tarif local: 0,35$ la ligne agate

Catégories particulières d'annonces
Avis légaux: 0,50$ la ligne agate
Publicité politique: 0,50$ la ligne agate
(Paiement à l'avance)

Page ou position spécifiées
25% additionnel

Réservations et heures de tombée
Date limite pour la publicité: le vendredi.
Tous les contrats de publicité doivent être remis au bureau (éditorial) pas plus tard que 17 h, trois jours avant la date de publication à l'exception des jours de fête.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 11½ picas
Longueur de la colonne: 15"
Nombre de colonnes par page: 5
Nombre de lignes agate par page: 1 000
Identification des clichés ou flans: chaque commande d'annonces, avec ou sans cliché, ou flans, doit être accompagné d'un texte clairement rédigé.

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%.
2% d'escompte sur paiement effectué dans les 30 jours.
Les frais pour chaque annonce montée et non publiée seront chargés.

Divers
L'espace réservée doit servir à annoncer un seul commerce.
Les éditeurs se réservent le droit de refuser, omettre ou annuler tout contrat pour des raisons retenues suffissantes par eux-mêmes, sans aucune indemnité pour les deux partis.
Le texte est sujet à l'approbation des éditeurs qui se réservent le droit d'omettre toute publicité sans avis préalable.
La traduction sera faite gratuitement pour les agences de publicité.

2270

THE JEWISH EAGLE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1907, publié le vendredi
Édité en yiddish par Jewish Eagle – Kanader Adler Inc.
4180 de Courtrai, bureau 218
Montréal
H3S 1C3
Téléphone: (514) 735-6577
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.25$
Coût de l'abonnement:
Canada: 15$/an
États-Unis: 18$/an
À l'étranger: 35$/an

Personnel de direction
Président: B. Pafilis

INFORMATION
Moment de tombée
1 semaine à l'avance

Personnel
Rédacteur en chef: Mordco Husid
Responsable de l'information:
Bernard Hinshtal

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: A. Benger
Publicitaire: Harry Switzman

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
0,50$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
1 000 lignes agate: 0,35$ la ligne agate
3 000 à 10 000 lignes: 0,30$

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées: 5$/annonce

Page ou position spécifiées
25% extra

Précisions typographiques
Format d'une page: 10½" x 14¼"
Largeur de la colonne: 1 1/10"
Nombre de colonnes par page: 5

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
2% d'escompte sur paiement effectué dans les 20 jours.

Divers
Aucun frais additionnel pour la traduction.

2280

JORNAL DO EMIGRANTE

APEQ/FPEC

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1977, publié le 15 et le 30 du mois
Édité en portugais par le Journal l'Émigrant Inc.
1990, Falardeau
Montréal
H2K 2L8
Téléphone: (514) 844-5656
C.P. 628, Station N
Montréal
H2X 3M6
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: par la poste 10$/an

Personnel de direction
Directeur-éditeur: Manuel Teixeira

INFORMATION
Moment de tombée
Le 12 et le 27 de chaque mois

Agence de presse:
Anop (Portugal)

Personnel
Chef de la rédaction: A. Roque Vaz
Responsable de l'information:
Gorge M. Fazaõ

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Manuel Teixeira

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national:
0,45$ la ligne agate
450$ pour 1 000 lignes agate ou 1 page

Réservations et heures de tombée
Les 12e et 27e jour de chaque mois.

Précisions typographiques
Imprimé: « offset
Type de page: 10½ x 15½
Format soigné: 11¼ x 17
Largeur de la colonne: 9 picas
Nombre de colonnes: 6
Format tabloïd

Modalités de paiements
Commission: 15%

Escompte ou prix réduit
5% pour 6 insertions ou plus
10% pour 10 insertions ou plus

Précisions typographiques
Page: 13" x 5 colonnes ou 1 080 lignes
Impression: offset

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
2% d'escompte sur paiement effectué dans les 30 jours

2290

LIBAN AU CANADA

APEQ

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1978, publié la 1re semaine de chaque mois
Édité en français, anglais et arabe par Les Publications Y.H. Akl
7497, Saint-Denis
Montréal
H2R 2E5
Téléphone: (514) 270-5633
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.50$
Coût de l'abonnement
20$/an
10$/6 mois
Gouvernements, ambassades, banques, municipalités et institutions: 50$/an

Personnel de direction
Directeur général: Youssef Hanna Akl

INFORMATION
Moment de tombée
Le 25 de chaque mois

Personnel
Rédacteur en chef: Youssef Hanna Akl

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: André Y. Akl

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
1re et dernière page:
3$ la ligne agate
160$ manchette 2 pages x 2 colonnes
2e – 7e page inclusivement:
1$ la ligne agate
1/2 page: 600$
1 page: 1 000$

2300

NEPRIKLAUSOMA LIETUVA

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le vendredi
Édité en lithuanien par The Independant Lithuania Publishing Co
7722, Georges
La Salle
H8P 1C4
Téléphone: (514) 366-6220
Grand format
Coût du numéro: 0.30$
Coût de l'abonnement
Canada: 14$/an
États-Unis: 15$/an
Ailleurs: 20$/an

2310

NIEM TIN

IDENTIFICATION
Mensuel publié la 1re semaine du mois
Édité en vietnamien et français par La Communauté catholique vietnamienne de Montréal
530 ave. Mont-Royal est
Montréal
H2J 1W5
Téléphone: (514) 525-0757
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

INFORMATION
Moment de tombée
le 20 de chaque mois

Personnel
Rédacteur en chef: Pham-Xuân-Thu

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Vô-Vân-Luong

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
Couverture extérieure (dernier feuillet)
1 page: 200$
1/2 page: 100$
Couverture intérieure
1 page: 180$
1/2 page: 90$
Couverture intérieure (dernier feuillet)
1 page: 160$
1/2 page: 80$
Autres pages à l'intérieure, ⅛ page: 15$
1 an: 130$

2320

LA REVUE DU MONDE ARABE AU CANADA

APEQ/FPEC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1969, publié le 22 du mois
Édité en arabe, français et anglais par La Revue du Monde Arabe
10 935, Jeanne-Mance
Montréal
H3L 3C7
Téléphone: (514) 331-5550
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.50$
Coût de l'abonnement:
15$/an
institutions: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: Raymond R. Kneider

INFORMATION
Moment de tombée
Le 20 de chaque mois

Personnel
Rédacteur en chef: R.R. Kneider

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif national: 0.70$ la ligne agate

Précisions typographiques
Page complète: 1 000 lignes agate

2330

IL RINCONTRO

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1971, publié la 2e semaine du mois
Édité en italien au 7092, boul. Saint-Laurent
Montréal
H2S 3E2
Téléphone: (514) 272-0344
Format: revue
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement: 5$/an; 9$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur: Tony Vellone

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Tony Vellone

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Tony Vellone

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
0,45$ la ligne agate

2340

IL SETTIMANALE DI MONTRÉAL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le mardi
Édité en italien par Les Publications Inter Inc.
6615, Jarry est
Saint-Léonard
H1P 1W5
Téléphone: (514) 327-2834 ou 327-2614
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.25$
Coût de l'abonnement: 10$/an; 18$/2 ans; 25$/3 ans

Personnel de direction
Président: Natale Interdonato
Directeur général: Giacomo Cicirello

INFORMATION
Moment de tombée
Vendredi 12 h

2350

LA VOCE D'ITALIA

APEQ/FPEC

IDENTIFICATION
Bimensuel publié les 15 et 30 du mois
Édité en italien par La Voce d'Italia Co. Ltd.
6736, boul. Monk
Montréal
H4E 3G1
Téléphone: (514) 769-5711
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.25$
Coût de l'abonnement: 10$/an; 24$/3 ans

Personnel de direction
Éditeur: Carlo Gatti
Gérant général: A.S. Gatti

INFORMATION
Moment de tombée
Les 12 et 24 de chaque mois

Personnel
Responsable de la rédaction: A.S. Gatti

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: G. Burrascano

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
0,45$ la ligne agate

Catégories particulières d'annonces
Élections: 0,50$ la ligne agate
Annonce classées: 4$/10 mots
0.20$ le mot additionnel

2360

A VOZ DE PORTUGAL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1961, publié le jeudi
Édité en portugais par Typogal Ltée
4136, boul. Saint-Laurent
Montréal
H2W 1Y8
Téléphone: (514) 844-0388
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.25$
Coût de l'abonnement: 10$/an

Personnel de direction
Directeur: Armando Barqueiro

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi midi

Agence de presse:
ANOP, REUTER

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Carlos de Jesus

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
V. Ferreira

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur depuis octobre 1980

Annonce courante
0,45$ la ligne agate

Précisions typographiques
Procédé: « offset »
Type de page: 10¼ x 15½
Nombre de colonnes: 6

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
2% d'escompte sur paiement effectué dans les 30 jours

1.2 REVUES, MAGAZINES ET BULLETINS

1.2.1 Revues et magazines d'information générale

2370

L'ACTUALITÉ

ABC/AMC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1976
Édité en français par Maclean-Hunter Ltée
625, Président Kennedy
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141
Format: revue
Coût du numéro: 1$
Coût de l'abonnement
Canada: 8$/an
À l'étranger: 12$/an

Personnel de direction
Directeur: Jean Paré

INFORMATION
Responsable
Responsable de la rédaction:
Jean Paré

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur général: James M. Miller
Directeur des ventes: Don Ladkin
Publicitaires:
Jack Daley
Alain Murray

Tarifs publicitaires
Carte No 6 en vigueur le 1er avril 1981

Annonce courante
Noir et blanc
Applicables à partir du numéro d'avril 1981

Catégorie d'annonce	Page double	1/2 page horiz sur 2 pages ou 3/4 de col double sur 2 pages
	$	$
A	8 010	5 200
B	7 765	5 050
C	7 525	4 900
D	7 295	4 745
E	7 055	4 580
F	6 805	4 425

Catégorie d'annonce	1 page	2/3 de page	1/2 page horiz ou 3/4 de col double
	$	$	$
A	4 455	3 345	2 895
B	4 320	3 245	2 810
C	4 185	3 145	2 725
D	4 050	3 045	2 630
E	3 925	2 950	2 545
F	3 780	2 845	2 460

A Fréquence par produit 1 à 5 numéros Volume moins de 6 pages
B Fréquence par produit 6 à 11 numéros Volume 6 à moins de 12 pages
C Fréquence par produit 12 numéros Volume 12 à moins de 24 pages
D Volume 24 à moins de 36 pages
E Volume 36 à moins de 48 pages
F Volume 48 pages et plus

Catégorie d'annonce	1 col ou 1/2 col double	3/4 col	1/2 col ou 1/4 col double	1/4 col
	$	$	$	$
A	1 800	1 515	1 005	540
B	1 735	1 475	975	525
C	1 685	1 415	950	505
D	1 630	1 385	915	495
E	1 580	1 325	880	480
F	1 530	1 290	860	470

A Fréquence par produit 1 à 5 numéros Volume moins de 6 pages
B Fréquence par produit 6 à 11 numéros Volume 6 à moins de 12 pages
C Fréquence par produit 12 numéros Volume 12 à moins de 24 pages
D Volume 24 à moins de 36 pages
E Volume 36 à moins de 48 pages
F Volume 48 pages et plus

Les pages doubles et annonces, en face à face d'une page ou plus, en termes d'espace (2/3 de page en face à face ou 1 page entière 4 couleurs, accompagnée d'une colonne en noir et blanc) coûtent 10% de moins que chacune de ces unités prises séparément et dispersées à travers le magazine.

Escompte ou prix réduit
Les annonceurs qui utilisent l'Actualité ont droit aux réductions suivantes:

fréquence par produit: le nombre total des numéros utilisés au cours d'une période de 12 mois sert à déterminer la fréquence par produit:
1 à 5 numéros: A: aucune réduction
6 à 11 numéros: B: réduction de 3%
12 numéros: C: réduction de 6%
Pour un calendrier publicitaire comprenant des annonces de grandeurs différentes, on accorde un tarif réduit selon l'espace total utilisé par produit, sauf dans le cas où la publication des annonces de moindre grandeur a pour effet de diminuer le coût global de la campagne à un montant inférieur au coût des annonces de plus grand format, au tarif convenu.
Volume: l'espace total utilisé au cours de toute période de 12 mois sert à déterminer le nombre des pages d'annonces publiées, selon le barème suivant: une pleine page nationale équivaut à 420 lignes.
moins de 6 pages: A aucune réduction
6 à 11 pages: B réduction de 3%
12 à 23 pages: C réduction de 6%
24 à 35 pages: D réduction de 9%
36 à 47 pages: E réduction de 12%
48 pages: F réduction de 15%
Programmes continus: les annonceurs, qui s'engagent par contrat à publier une page ou l'équivalent (Volume « C ») dans chaque numéro, ont droit aux réductions suivantes:
pour 12 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 5% par annonce.
pour 24 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 7½% par annonce.
pour 36 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 10% par annonce.
Les annonceurs, qui s'engagent par contrat à publier deux pages ou plus ou l'équivalent (volume « D », « E » et « F ») dans chaque numéro, ont droit aux réductions suivantes:
pour 12 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 5% par annonce.
pour 24 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 7% par annonce.
pour 36 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 10% par annonce.
Le contrat de l'annonceur doit indiquer la durée ou la continuité des annonces: par exemple, un, deux ou trois ans, pour permettre la réduction applicable aux programmes continus. Les programmes non respectés entraînent l'annulation des réductions accordées au moment de la réalisation du contrat et la facturation des sommes dues.
Réductions supplémentaires pour les pages consécutives: Les annonceurs publiant 3 pages ou plus en emplacement ordinaire dans un même numéro, ont droit aux réductions suivantes, en plus des réductions obtenues sur la fréquence par produit ou le volume:
3 pages consécutives en emplacement ordinaire: réduction de 10%.
4 à 7 pages consécutives en emplacement ordinaire: réduction de 20%.
8 à 15 pages consécutives en emplacement ordinaire: réduction de 30%.
16 pages ou plus en emplacement ordinaire: réduction de 40%.

Annonce couleur
Tarifs nationaux. Noir et une couleur*
Applicables à partir du numéro d'avril 1981.

Catégorie d'annonce	Page double	1/2 page horiz sur 2 pages ou 3/4 de col double sur 2 pages	1 page
	$	$	$
A	9 295	6 510	5 170
B	9 010	6 315	5 015
C	8 735	6 115	4 850
D	8 455	5 925	4 705
E	8 175	5 730	4 550
F	7 895	5 535	4 385

Catégorie d'annonce	2/3 de page	1/2 p. horiz ou 3/4 de col double	1 col ou 1/2 col double
	$	$	$
A	4 135	3 620	2 245
B	4 020	3 515	2 180
C	3 880	3 410	2 110
D	3 765	3 300	2 035
E	3 630	3 190	1 980
F	3 515	3 085	1 910

* Les couleurs assorties ne sont pas toujours disponibles. Consulter le bureau de fabrication publicitaire de Toronto, au sujet de la disponibilité des couleurs spéciales ou assorties pour chaque numéro.

Les pages doubles et annonces en face à face d'une page ou plus, en termes d'espace (2/3 de page en face à face ou 1 page entière 4 couleurs accompagnée d'une colonne en noir et blanc) coûtent 10% de moins que chacune de ces unités prises séparément et dispersées à travers le magazine.
Tarifs nationaux. Quatre couleurs.
Applicables à partir du numéro d'avril 1981

Catégorie d'annonce	Page double	1/2 page horiz sur 2 pages ou 3/4 de col double sur 2 pages
	$	$
A	10 570	7 405
B	10 245	7 185
C	9 940	6 970
D	9 620	6 740
E	9 305	6 515
F	8 985	6 300

Catégorie d'annonce	1 page	2/3 de page	1/2 page horiz ou 3/4 de col double
	$	$	$
A	5 875	4 715	4 115
B	5 525	4 425	3 865
C	5 525	4 425	3 865
D	5 535	4 285	3 750
E	5 175	4 145	3 620
F	4 995	4 015	3 500

A Fréquence par produit 1 à 5 numéros Volume moins de 6 pages
B Fréquence par produit 6 à 11 numéros Vol 6 à moins de 12 pages
C Fréquence par produit 12 numéros Vol 12 à moins de 24 pages
D Volume 24 à moins de 36 pages
E Volume 36 à moins de 48 pages
F Volume 48 pages et plus

Catégorie d'annonces	1 col. ou 1/2 col double	Couverture dos extérieure*	Couvertures intérieures face à dos*
	$	$	$
A	2 730	7 340	6 675
B	2 640	7 130	6 475
C	2 560	6 910	6 270
D	2 480	6 685	6 075
E	2 405	6 470	5 875
F	2 325	6 250	5 675

A Fréquence par produit: 1 à 5 numéros. Vol.: moins de 6 pages.
B Fréquence par produit: 6 à 11 numéros. Vol.: 6 à moins de 12 pages.
C Fréquence par produit: 12 numéros. Volume: 12 à moins de 24 pages.
D Volume: 24 à moins de 36 pages.
E Volume: 36 à moins de 48 pages.
F Volume: 48 pages et plus.

* Les frais de fond perdu pour couvertures intérieures, face et dos et extérieure dos, sont inclus dans les tarifs ci-dessus.

Les pages doubles et annonces, en face à face d'une page ou plus, en termes d'espace (2/3 de page en face à face ou 1 page entière 4 couleurs accompagnée d'une colonne en noir et blanc) coûtent 10% de moins que chacune de ces unités.

Catégories particulières d'annonces

Annonces à fond perdu: supplément de 10%; Exception: supplément de 5% seulement pour annonces face à face faisant un total d'une page ou plus. Les frais de fond perdu pour couvertures intérieures, face et dos et extérieure dos, sont inclus dans les tarifs de ce livre. Aucune majoration ne s'applique aux doubles pages à fond perdu dans les marges intérieures, lorsque les marges extérieures normales sont respectées.

Encarts et cartes-réponses: l'Actualité accepte un nombre limité d'encarts, imprimés sur papier spécial, et de cartes-réponses, lorsque les conditions techniques le permettent. L'emplacement de brochage des encarts et cartes-réponses (par rapport au haut ou au bas de la page) varie selon les impératifs de fabrication de chaque numéro.

Encarts imprimés par l'Actualité: tarifs pour encarts publicitaires en pages consécutives sur papier de 50 lb.

4 pages consécutives: 4 fois le tarif régulier 4 couleurs, moins 20%

8 ou 12 pages consécutives: 8 à 12 fois le tarif régulier 4 couleurs, moins 30%

16 pages consécutives ou plus: 16 fois le tarif régulier 4 couleurs, moins 40%.

Seuls les formats suivants sont acceptés pour les encarts: pages complètes, 2 colonnes, 3/4 de colonne double et demi-pages. Les tarifs des encarts sur papier, d'un poids supérieur à 50 lb, seront fournis sur demande.

Encarts imprimés par l'annonceur et fournis à l'Actualité: les tarifs pour les encarts fournis par l'annonceur se calculent de la façon suivante: le nombre de pages de l'encart multiplié par le tarif régulier noir et blanc pour l'unité d'espace à laquelle correspond l'encart moins 50% pour 16 pages consécutives ou plus, 40% pour 8 ou 12 pages consécutives et 30% pour 4 pages consécutives.

Le volume d'espace utilisé pour les encarts ne peut être ajouté au volume ou à la fréquence par produit des annonces en emplacement ordinaire pour déterminer les réductions.

Coupons hors-textes: les impératifs mécaniques et les tarifs seront fournis sur demande.

Cartes-réponses imprimées et fournies par l'annonceur: imprimées sur papier « hi-bulk » de 70 lb.

Dimensions d'une carte simple: 4⅜" x 6" plus 2" de souche (111mm x 152mm plus 51mm de souche).

Dimensions d'une carte double: 8¾" x 6" plus 2" de souche (222mm x 152mm plus 51mm de souche).

Les tarifs, pour les cartes avec perforations ou collage spéciaux et les coupons hors-texte, seront fournis sur demande. L'éditeur se réserve le droit d'allonger la souche des coupons et cartes-réponses, au besoin.

Tarifs des cartes-réponses

Cartes	Fournies par l'annonceur	Noir et blanc ou 2 couleurs	4 couleurs
	$	$	$
Carte simple	3 905	4 735	5 570
Carte double	5 015	6 000	6 990

Les cartes-réponses doivent être accompagnées d'une annonce d'une page complète en noir et blanc ou l'équivalent du même tarif.

Page ou position spécifiées

Emplacements préférentiels ou spéciaux: supplément de 5%. Non acceptés pour les annonces, de moins d'une page.

Réservations et heures de tombée

Les bons de commande, les films et le matériel à transformer doivent parvenir à l'Actualité, le 1er du deuxième mois précédant la date de parution. Par exemple, si le 1er janvier est la date de tombée pour le numéro de mars (dont la distribution aux abonnés et points de vente se ferait le 25 février, conformément à la note « a » ci-dessus), les commandes de tirage partagé et le matériel devaient être reçus une semaine plus tôt. Aucune annulation de commandes n'est acceptée après la date de tombée du matériel.

Précisions typographiques

Renseignements généraux: lorsque la même annonce doit paraître dans l'Actualité et dans le magazine anglais apparenté Maclean's, fournir les films selon les impératifs de chacun, ces deux magazines étant imprimés par des imprimeries différentes. Si un annonceur de L'Actualité désire placer une annonce dans le magazine anglais Maclean's, mais ne possède pas de services de traduction en anglais, L'Actualité se chargera de la traduction et de la disposition du texte anglais, dans le cas seulement où les surfaces illustrées sont libres de tout texte. Les frais de traduction et de manipulation seront à la charge de l'annonceur.

L'annonceur doit fournir les films, épreuves, etc... et les expédier, affranchis à: Service de la fabrication publicitaire, L'Actualité, 481, avenue University, Toronto, Ontario, M5W 1A7. L'éditeur détruira les films non réclamés, dans les douze mois suivant leur dernière utilisation.

Procédé d'impression: impression offset simultanée sur papier continu

Brochage: à cheval

Dimensions du magazine rogné: 8⅛" de largeur sur 10¾" de hauteur (208mm x 273mm).

Une page comprend trois colonnes de largeur sur 140 lignes agate de hauteur, soit 420 lignes par page.

Format des annonces: double page: 15" de largeur sur 10" de hauteur (381mm x 254mm).

1 page: 7" de largeur sur 10" de hauteur (178mm x 254mm).

2/3 de page (2 colonnes): 4⅝" de largeur sur 10" de hauteur (118mm x 254mm).

1/2 page horizontale: 7" de largeur sur 5" de hauteur (178mm x 127mm).

3/4 de colonne double: 4⅝" de largeur sur 7½" de hauteur (118mm x 190mm).

1/3 de page (1 colonne): 2¼" de largeur sur 10" de hauteur (57mm x 254mm)

1/2 colonne double: 4⅝" de largeur sur 4⅞" de hauteur (118mm x 124mm).

1/2 colonne: 2¼" de largeur sur 4⅞" de hauteur (57mm x 124mm).

1/4 de colonne: 2¼" de largeur sur 2 7/16" de hauteur (57mm x 62mm).

Format minimum: 1/4 de colonne.

Format d'annonces à fond perdu: double page (fond perdu grands et petits fonds): 16⅝" de largeur sur 11" de hauteur (422mm x 279mm).

1 page: (fond perdu 4 côtés): 8⅛" de largeur sur 11" de hauteur (211mm x 279mm).

2/3 de page (2 cols, fond perdu 3 côtés): 5⅜" de largeur sur 11" de hauteur (135mm x 279mm).

1/2 page horizontale: 8⅛" de largeur sur 5½" de hauteur (211mm x 139mm).

3/4 de colonne double: 5⅜" de largeur sur 8⅛" de hauteur (135mm x 208mm).

1/3 de page (1 col. fond perdu 3 côtés): 3⅛" de largeur sur 11" de hauteur (78mm x 279mm).

1/2 colonne double (2 cols, fond perdu 2 côtés): 5⅜" de largeur sur 5½" de hauteur (135mm x 139mm).

Pour éviter le rognage de tout texte ou toute illustration d'annonces à fond perdu, prévoyez des marges extérieures de 3/8" (9mm) au minimum, pour permettre le rognage du magazine et une marge intérieure de 1/8" (3mm) à chaque page d'une annonce double page, sauf dans le cas d'une double page centrale. Les annonces à fond perdu doivent être conçues de manière à pouvoir être publiées recto ou verso. L'éditeur se réserve le droit de couper de 3/16" (5mm), de tous côtés, les films des annonces à fond perdu, lorsque les dimensions de rognage l'exigent.

Matériel requis: annonces en 4 couleurs et 2 couleurs. Fournir un jeu de films négatifs tramés à lecture, à l'endroit émulsionnés au recto et un jeu de films positifs tramés à lecture à l'envers, émulsionnés au recto. Deux séries complètes d'épreuves-gammes de genre californie (tirages de chaque couleur: jaune, rouge, bleu et noir et tirages toutes couleurs) et deux épreuves définitives doivent aussi accompagner les films. Tout film devra posséder une stabilité dimensionnelle de .004", (0.09mm) d'épaisseur et porter l'identification de la couleur et de la nature (ex. noir, positif). Le film de chaque couleur doit porter quatre traits de repère à une distance extérieure de 1/4" (6mm) du point de rognage. Les traits de repère sont indiqués par des lignes d'au moins 1/2" (12mm) de longueur et d'au plus 0.003" (0.07mm) de largeur, ou d'épaisseur. Les films sont d'une seule pièce pour chaque couleur et doivent présenter un registre précis. Les films à tirage par contact ne doivent porter aucune morsure ou retouche manuelle de couleur. Toute opacité doit se faire sur la surface non émulsionnée du film. Les films seront à points fermes. Les films impressionnés à l'aide d'appareils photographiques ou mordancés ne sont pas acceptables. Annonces en noir et

blanc: fournir un négatif tramé à lecture à l'endroit, émulsionné au recto et un positif tramé à lecture à l'envers, émulsionné au recto; le travail d'artiste original ou un assemblage complet de l'annonce. Les films à tirage par contact ne doivent porter aucune morsure ou retouche manuelle de couleur. Toute opacité doit se faire sur la surface non émulsionnée du film. Les films sont à points fermes, de préférence d'une épaisseur de 0.004" (0.09mm). Les films, impressionnés à l'aide d'appareils photographiques ou mordancés, ne sont pas acceptables.

Impératifs de fabrication:

La trame des films d'annonces en quatre couleurs doit être de 120 lignes pour le rouge, le bleu et le noir et de 133 lignes pour faire le jaune. Il est nécessaire de réduire la densité des couleurs, pour que la densité totale des aires le plus foncées n'excède pas 260%. On n'utilisara qu'une seule teinte de fond et le maximum de densité des teintes tramées sera de 85% pour toute couleur. Toute teinte, exigeant une densité supérieure à 85% doit être une teinte de fond, car elle entraîne généralement le recouvrement entier de la surface sur la presse.

Pour améliorer la reproduction, éviter d'utiliser des tons d'égale densité dans les couleurs successives de toute aire. Fabriquer les films de manière qu'il y ait le moins de surimpression possible, pour éviter le mélange excessif des encres. Éviter d'utiliser quatres couleurs, lorsque trois ou moins peuvent procurer l'effet désiré. Le lettrage inversé doit être reproduit en un minimum de couleurs. Utiliser une couleur clef pour la forme des lettres et donner des dimensions légèrement plus grandes aux couleurs secondaires pour éviter toute difficulté de registre. Les lettres minuscules, empattements fins et lignes étroites constituent une source de difficultés et leur impression devrait se restreindre à une seule couleur. Utiliser une trame d'au plus 30% de densité dans une teinte de fond dont les caractères doivent être surimprimés et d'au moins 70%, lorsque les caractères sont inversés. Les extrémités des vignettes peuvent s'imprimer parfaitement par le procédé offset. Lorsque deux couleurs ou plus sont utilisées, la couleur la plus pâle doit se terminer à l'intérieur de la plus foncée. La trame des films d'annonces en deux couleurs ou en noir et blanc doit être de 100 lignes. La densité des teintes ne doit pas excéder 160% dans les aires de surimpression les plus ombrées. Deux teintes de fond peuvent cependant se surimprimer, de façon satisfaisante, dans le lettrage étroit et les aires de très faibles dimensions. Une des couleurs doit toutefois être tramée pour les aires de surimpression supérieures à 1/8" (3mm) carré. L'utilisation de teintes d'égale densité est déconseillée pour toute aire. Toute teinte exigeant une densité supérieure à 85% doit être une teinte de fond, car elle entraîne généralement le recouvrement entier de la surface sur la presse.

Choix des encres: utiliser les encres normales MAC de polychromie. Consulter le répertoire des couleurs MAC pour les teintes et les densités d'encrage.

Ordre des couleurs: quadrichromie (impression simultanée): noir, cyan, magenta, jaune. Quadrichromie (impression à sec ou 2 plus 2): jaune magenta, cyan, noir. Bichromie: tirer l'épreuve de la couleur en premier et celle du noir en dernier. Répertoire des couleurs MAC imprimé sur papier par MAC.

Tirage des épreuves: le tirage des épreuves se fait de haut en bas. Pour obtenir des épreuves-gammes qui se rapprocheront étroitement de la reproduction dans le magazine, prendre soin d'encrer la feuille également, selon les densités d'encrage et les teintes du répertoire MAC. Précéder au tirage sur papier d'épreuve offset approuvé de MAC, 60 lb plantin gloss. Les valeurs des teintes doivent correspondre exactement à celles du film fourni. Les épreuves gammes doivent être des impressions simultanées; lorsqu'un tirage simultané est impossible, un délai minimal de séchage, entre l'impression de chaque couleur ainsi que la réduction de la grosseur des points du film aideront à compenser la différence de diffusion et fixation des encres, lorsque le magazine sera imprimé.

Les épreuves gammes doivent comporter des échantillons de couleurs offset normales GATF, à la marge de pince, tirés parallèlement aux rouleaux encreurs. Deux séries complètes d'épreuves gammes et deux épreuves définitives doivent être fournies. Les épreuves gammes en quatre couleurs et deux couleurs doivent présenter un registre parfait. Les films, présentant un registre imparfait, créent une reproduction médiocre dans le tirage entier d'un numéro. Pour annonce en noir et blanc, fournir trois épreuves tirées sur papier d'épreuve offset approuvé de MAC, 60 lb plantin gloss. Les épreuves doivent comporter un échantillon de couleurs GATF et accompagner le film.

Pour se procurer des films pour les échantillons de couleurs GAFT ou pour plus de renseignements, s'adresser à : GAFT, 4615, Avenue Forbes, Pittsburg, Pa., 15213.

Pour obtenir un répertoire des couleurs MAC imprimées sur papier d'épreuve offset approuvé de MAC, 60 lb plantin gloss, s'adresser à: Magazines Canada, 1240, Bay Street, suite 300, Toronto, Ontario, M5R 2A7.

Consulter le Service de fabrication publicitaire, au sujet de l'acquisition des encres MAC approuvées et du papier nécessaire au tirage des épreuves. Les épreuves doivent accompagner le film ou les clichés, le tout envoyé dans un même colis. Les épreuves-gammes expédiées séparément sont frappées de droits de douane. Expédier tout le matériel affranchi au Service de fabrication publicitaire au bureau de Toronto.

Les couleurs assorties ne sont par toujours disponibles. Vérifier avec le Service de fabrication publicitaire de Toronto pour renseignements sur la disponibilité des couleurs assorties ou spéciales pour chaque numéro.

Modifications: il est important, pour obtenir une reproduction de la meilleur qualité, que de nouvelles épreuves gammes soient fournies, lorsque des modifications sont apportées à la valeur des teintes de films d'annonces en quatre couleurs. Si le temps ne permet pas de tirer de nouvelles épreuves gammes après avoir apporté de légères modifications, indiquer la nature des modifications sur tous films, épreuves en une couleur et en quatre couleurs. Pour les annonces en deux couleurs et en noir et en blanc, tirer de nouvelles épreuves après toute modification.

Modalités de paiements

Commission d'agence: 15% aux agences reconnues seulement, sur la facturation brute d'espace, couleur, fond perdu, emplacements préférentiels ou spéciaux et papier spécial pour encarts. Aucune commission n'est allouée sur les autres frais, tels que frais de manipulation, tirés à part, etc.

Escompte pour paiement comptant: 2% du montant net.

Période d'escompte: le 10 du mois suivant la facturation.

Factures payables au bureau de l'éditeur en devises canadiennes ou autres d'un montant équivalent, au cours du change en vigueur au moment du paiement.

Divers

L'éditeur n'est lié d'aucune façon par des conditions, imprimées ou stipulées autrement, aux contrats ou instructions relatives aux textes, lorsque ces conditions sont contraires aux stipulations du présent tarif.

Le présent tarif pourra être modifié sans préavis.

Les annonceurs et agences de publicité se portent responsables du contenu de toutes les annonces imprimées (y compris les textes, la présentation et les illustrations) et assument également la responsabilité de toute réclamation à l'endroit de l'éditeur, à la suite de leur publication.

Les contrats réservant des emplacements spéciaux ou couvertures ne sont pas annulables.

L'éditeur se réserve le droit de réviser le tarif actuel en tout temps. Le tarif des contrats en vigueur sera honoré pendant une période d'au moins 90 jours précédant la date de parution du numéro, auquel le nouveau tarif s'appliquera. Les annonceurs, ne pouvant accepter un nouveau tarif fixé en vertu de cette clause, pourront annuler leur contrat, sans subir un rajustement.

Les annonceurs et les agences de publicité ne tiendront pas L'Actualité responsable de la non insertion éventuelle de toute annonce, quelle qu'en soit la clause.

L'éditeur est en droit de paiement selon les dispositions présentes, dès lors qu'il a assuré le tirage de l'annonce et qu'il a pris toutes les mesures nécessaires pour assurer la distribution de la revue.

Tout texte publicitaire est sujet à l'approbation de l'éditeur.

Le tarif dégressif s'applique exclusivement aux annonces commerciales normales de l'annonceur; les annonces, qu'il fera publier pour le compte d'autres établissements, lui seront facturées au présent tarif suivant l'espace utilisé.

Les accords verbaux ne sont pas reconnus par la compagnie.

Les petites annonces rédactionnelles ne sont pas acceptées.

Le mot « annonce » sera ajouté en tête de tout texte présentant, selon l'avis de l'éditeur, un caractère rédactionnel.

Tout changement de tarif sera annoncé au moins 90 jours avant la date de parution du numéro, pour lequel ces nouveaux tarifs seront applicables.

Aucune annulation n'est acceptée après la date de tombée.

Les annonceurs bénéficient d'une large gamme de réductions selon la fréquence par produit, le volume, les programmes continus et les pages consécutives.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 juin 1980

239 200

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
8%

2380

AUBERGE VIA QUÉBECAIR

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1978, publié le 1er du mois
Édité en français et anglais par Les Publications Parade Inc.
252, Route 171
Saint-Étienne de Lauzon
G0S 2L0
Téléphone: (418) 831-5317
Format: revue
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur: Florian Chassé
Président-directeur général: Maurice LeBlanc

INFORMATION
Moment de tombée
45 jours avant la parution

Personnel
Rédacteur en chef: Florian Chassé

PUBLICITÉ
Personnel
Responsables de la publicité:
Florian Chassé
Maurice LeBlanc

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Noir et blanc

Format	1 fois	3 fois	6 fois	10 fois
	$	$	$	$
Double page (spread)	2 725	2 650	2 600	2 535
1 page	1 575	1 530	1 500	1 465
2/3 page	1 180	1 150	1 125	1 095
1/2 page	995	965	940	915
1/3 page	650	630	615	600
1/6 page (nomination)	350	340	335	325

Annonce couleur
Noir plus 1 couleur

Format	1 fois	3 fois	6 fois	10 fois
	$	$	$	$
Double page (spread)	3 235	3 175	3 135	3 085
1 page	1 800	1 765	1 745	1 715
2/3 page	1 400	1 375	1 355	1 300
1/2 page	1 135	1 115	1 100	1 080
1/3 page	760	745	735	720

4 couleurs process

	$	$	$	$
Double page (spread)	3 695	3 625	3 575	3 515
1 page	2 050	2 010	1 985	1 950
2/3 page	1 640	1 610	1 585	1 555
1/2 page	1 290	1 210	1 190	1 170
1/3 page	960	890	875	860

Couverture 4 couleurs (non annulable)

	$	$	$	$
2-3	2 460	2 415	2 385	2 345
4	2 700	2 600	2 535	2 460

Catégories particulières d'annonces
Publi-reportage: tarifs sur demande
Annonces dans les numéros doubles de décembre-janvier ou juillet-août: 30% de plus
Page à fond perdu: sans frais supplémentaire
Encarts: tarifs sur demande

Réservations et heures de tombée
5 semaines précédant le mois de parution

Précisions typographiques
Tout le matériel devra être fourni en négatif aux trames suivantes:
noir et blanc: 100-120
4 couleurs à l'intérieur: 120-135
Couvertures: 133-150
Pour 1 annonce, 1 couleur: 1 jeu de négatifs
4 couleurs process: 1 jeu final de négatifs couleurs, corrigés pour impression 4 couleurs avec marques de registres et gammes d'épreuves et « color key »
Imprimé par web offset rotatif: broché
Surface d'impression: 8¼ x 11¼
Format d'annonce

Format	Largeur	Hauteur	Marge perdue Largeur	Marge perdue Hauteur
Page double (spread)	15⅝	9⅝	16¼	11½
1 page	7⅜	9⅝	8½	11½
2/3 page	4¾	9⅝	5⅛	11½
1/2 page vert.	3½	9⅝	4⅛	11½
1/2 page horiz.	7⅜	4⅝	8½	5⅛
1/2 carrée	4¾	7⅛	5⅛	7¼
1/3 vert.	2¼	9⅝	2⅝	11½
1/3 horiz.	7⅜	3	8½	3¾
1/3 carrée	4¾	4⅝	5⅛	5⅛

Modalités de paiements
15% pour toutes les agences reconnues
2% d'escompte, si payé dans les 10 jours suivant la publication.

Divers
En dehors des emplacements préférentiels prévus au tarif, aucune position ne peut être garantie, quelles que soient les spécifications portées sur le bon d'insertion.
Les annonces en couvertures ne peuvent être annulées.
Toute annulation doit nous parvenir, par écrit, 10 jours avant la date de fermeture.

2390

CANADIAN WORKSHOP

IDENTIFICATION
Mensuel édité en anglais par Les Éditions Le Nordais Ltée
100, Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone: (514) 735-6361
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 18$/an
À l'extérieur: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: David Gower
Président: Claude Durocher

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: David Clerk

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Normédia Ltée
100, Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone: (514) 735-6361

Personnel
Responsable de la publicité au Québec: Francine Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	2 000	1 700	1 550	1 400
2/3 page	1 510	1 310	1 215	1 125
1/2 page	1 325	1 135	1 060	975
1/3 page	1 025	865	810	760
1/4 page	810	700	650	600

Sans marge: aucun supplément

Escompte ou prix réduit
L'achat d'espace dans Canadian workshop et Rénovation bricolage, le même mois, donne droit à un escompte de 5% dans chaque magazine.

Annonce couleur
2 couleurs: 150$ en sus du tarif d'une annonce courante.
4 couleurs: 450$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Encarts fournis par le client.
8 pages: le prix de 6 pages, noir et blanc, selon la fréquence.
4 pages: le prix de 3 pages, noir et blanc, selon la fréquence.

2 pages: le prix de 1½ page, noir et blanc, selon la fréquence.

Page ou position spécifiées

Couverture	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
2e et 3e couvertures	2 650	2 480	2 270
4e couverture	3 130	2 970	2 760

Couvertures non résiliables.
Position préférentielle 20% en supplément.

Réservations et heures de tombée
Dix (10) semaines précédant le mois de publication.

Précisions typographiques
Grandeur du magazine: 8¼" x 10⅞"
Page complète (sans marge): 8½" x 11⅜"
Page complète: 7¼" x 10"
Page double (sans marge): 17" x 11⅜"
Page double: 15½" x 10"
2/3 page vert.: 4⅝" x 10"
1/2 page hor.: 7¼" x 5"
1/3 page vert.: 2 5/16" x 10"
1/4 page: 3⅜" x 5"
L'éditeur peut exécuter des corrections (en noir et blanc ou en couleur) pour faire correspondre le matériel à ses spécifications techniques. (tarif dépendant du travail requis)

Modalités de paiements
15% de commission aux agences.
Escompte comptant de 2% si payé dans 10 jours.

Divers
Aucune position spéciale ne peut être garantie, même si cela est spécifié dans la commande, excepte pour les positions préférentielles décrites plus haut.
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter les tarifs, lorsque rendu nécessaire par les facteurs économiques. Tous les contrats en vigueur, avant l'avis d'augmentation des tarifs, seront honorés.
Un avis d'annulation doit parvenir 10 jours avant la date de tombée.

2400

CHÂTELAINE

ABC/AEM

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1960, publié le 25 du mois précédent
Édité en français par Maclean-Hunter Ltée
625, Président-Kennedy
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141
Format: revue
Coût du numéro: 1$
Coût de l'abonnement
Canada: 8$/an
Ailleurs: 12$/an

Personnel de direction
Éditeur: Bruce L. Drane
Éditeur adjoint: Léo Vallée

INFORMATION
Moment de tombée
90 jours avant la date de parution

Personnel
Rédactrice en chef: Francine Montpetit

PUBLICITÉ
Personnel
Gérant de la publicité: Michael W. Clarke
Directeur de la publicité pour l'Est du Canada: Léo Vallée

Tarifs publicitaires
Carte No 52 en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
Publicité nationale

Noir et blanc	Tarif unitaire	4-7 nos
	$	$
1 page	4 305	3 875
2/3 page	3 105	2 795
Minipage de 3/4 de colonne double	3 105	2 795
1/2 page	2 570	2 315
1/3 page, 1 col	1 715	1 545
1/6 page	945	850
1/12 page	520	470

Noir et blanc	8-11 nos	12 nos
	$	$
1 page	3 660	3 445
2/3 page	2 640	2 485
Mini-page de 3/4 de colonne double	2 640	2 485
1/2 page	2 185	2 055
1/3 page, 1 col	1 460	1 370
1/6 page	805	755
1/12 page	440	415

Annonce courante

Noir et blanc	12 à moins de 24 pages	24 à moins de 36 pages
	$	$
1 page	3 790	3 270
2/3 page	2 730	2 360
Mini-page de 3/4 de col. double	2 730	2 360
1/2 page	2 260	1 955
1/3 page de 1 colonne	1 510	1 305
1/6 page	830	720
1/12 page	460	395

Noir et blanc	36 à moins de 48 pages	48 pages et plus
	$	$
1 page	3 015	2 755
2/3 page	2 175	1 985
Mini-page de 3/4 de col. double	2 175	1 985
1/2 page	1 800	1 645
1/3 page de 1 colonne	1 200	1 100
1/6 page	660	605
1/12 page	365	335

Publicité régionale: la publicité régionale est limitée par les impératifs techniques. Seules les annonces d'une demi-page ou plus sont acceptées. L'annonceur doit confirmer ses réservations, par écrit, et ces programmes ne sont pas annulables après confirmation.
Ontario et Québec (anglais)
Tirage moyen: 520 989*
Noir et blanc:
1 page: 7 665$
2/3 page: 5 800$
Mini-page ou 3/4 de col. double: 5 800$
1/2 page: 4 600$
Ontario et Québec (anglais et français)
Tirage moyen: 791 980*
Noir et blanc:
1 page: 11 970$
2/3 page: 8 905$
Mini-page ou 3/4 de col. double: 8 905$
1/2 page: 7 170$
L'édition de Montréal (Châtelaine seulement)
Tirage moyen: 100 000*
Noir et blanc:
1 page: 2 540$
2/3 page: 1 845$
Disponible: numéros de mars, avril, mai, juin, septembre, octobre, novembre, décembre seulement.

* Source Rapport ABC, 6 mois se terminant le 31 décembre 1978

Escompte ou prix réduit
Les réductions sur le tarif des éditions anglaise et française ainsi que sur le tarif de la publicité régionale sont calculées séparément.
Publicité nationale: les annonceurs, qui utilisent les éditions nationales, peuvent obtenir des réductions, soit par contrat sur le volume, soit par contrat sur la fréquence par produit, mais non sur les deux. Des réductions supplémentaires pour les programmes continus en emplacement ordinaire s'appliquent seulement, lorsqu'un contrat sur le volume est en vigueur.
Fréquence par produit: pour chaque produit, le nombre total des annonces publiées, au cours d'une période de 12 mois, servira à déterminer la réduction accordée, selon l'espace total utilisé par produit.
1 à 3 numéros: aucune réduction.
4 à 7 numéros: réduction de 10% sur le tarif unitaire.
8 à 11 numéros: réduction de 15% sur le tarif unitaire.
12 numéros: réduction de 20% sur le tarif unitaire.
Les annonceurs ne pourront pas, dans le but d'obtenir les réductions accordées selon l'espace total utilisé par produit, regrouper les ensembles d'annonces publiées de produits ou de marques nettement différents. Pour un calendrier publicitaire comprenant des annonces de grandeurs différentes, on accordera un tarif réduit, selon l'espace total utilisé par produit, sauf dans les cas où la publication des annonces de moindre grandeur aura pour effet de diminuer le coût global de la campagne à un montant inférieur au coût des annonces de plus grand format, au tarif convenu.
Réduction pour les pages consécutives: les annonceurs, publiant 2 pages consécutives ou plus en emplacement ordinaire dans un même numéro, auront droit aux réductions suivantes:
double page en emplacement ordinaire – réduction de 17,5% sur le tarif unitaire.
2 ou 3 pages consécutives en emplacement ordinaire – réduction de 17,5% sur le tarif unitaire.
4 à 7 pages consécutives en emplacement ordinaire – réduction de 30% sur le tarif unitaire.
8 pages consécutives ou plus en emplacement ordinaire – réduction de 40% sur le tarif unitaire.

Ces réductions s'appliquent seulement aux annonces occupant une page complète et ne peuvent contribuer à obtenir des réductions supplémentaires pour d'autres annonces.
- Listing - des détaillants et distributeurs: disponible une réduction de 50% sur le tarif unitaire. Il doit être accompagné d'une annonce d'une page complète. Un « listing » est disponible en format d'une page complète, 2/3 de page ou 1/2 page. Un « listing » ne mérite aucune réduction additionnelle, mais peut contribuer à obtenir une réduction supplémentaire pour la publicité ordinaire.
Volume: l'espace total (en lignes agate) utilisé au cours de toute période de 12 mois sert à déterminer le nombre de pages d'annonces publiées à l'échelle nationale, selon le barème suivant: une pleine page équivaut à 420 lignes agate.
Moins de 12 pages: aucune réduction
12 à moins de 24 pages: réduction de 12% sur le tarif unitaire.
24 à moins de 36 pages: réduction de 24% sur le tarif unitaire.
36 à moins de 48 pages: réduction de 30% sur le tarif unitaire.
48 pages et plus: réduction de 36% sur le tarif unitaire.
Les réductions sur le volume ne s'ajoutent pas aux réductions obtenues sur la fréquence par produit, les pages consécutives ou le « listing » des détaillants.
Réduction supplémentaire pour les programmes continus en emplacement ordinaire: les annonceurs, qui s'engagent par contrat à publier 4 pages ou plus, ou l'équivalent, dans chaque numéro, auront droit aux réductions suivantes:
pour 12 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 5%
Pour 24 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 7,5%
Pour 36 mois consécutifs: réduction supplémentaire de 10%
Le contrat de l'annonceur doit indiquer la durée ou la continuité des annonces, par exemple un, deux ou trois ans, pour obtenir la réduction applicable aux programmes continus. Les programmes non respectés entraîneront la facturation des réductions accordées au moment de la réalisation du contrat.
Réduction pour la publicité régionale:
fréquence par produit: une réduction sur les prix de la publicité régionale, sauf l'édition des cinq villes et Montréal, s'applique seulement sur la fréquence par produit.
1 à 3 numéros: aucune réduction
4 à 7 numéros: réduction de 10% sur le tarif unitaire.
8 à 11 numéros: réduction de 15% sur le tarif unitaire.
12 numéros: réduction de 20% sur le tarif unitaire.
Pour chaque produit, le nombre total des annonces publiées au cours d'une période de 12 mois servira à déterminer la réduction accordée selon l'espace total utilisé par produit.
Pour un calendrier publicitaire comprenant des annonces de grandeurs différentes, on accordera un tarif réduit selon l'espace total utilisé par produit, sauf dans les cas où la publication des annonces de moindre grandeur aura pour effet de diminuer le coût des annonces de plus grand format, au tarif convenu.
Les réductions sur la fréquence par produit seront accordées selon l'espace utilisé pour le même produit dans la même région. Les annonceurs ne pourront pas, dans le but d'obtenir les réductions accordées selon l'espace total utilisé par produit, regrouper les ensembles d'annonces publiées ou de marques nettement différents.
Aucune réduction n'est accordée pour la publicité régionale sur le volume, les programmes continus, et listing des détaillants et distributeurs.
Réduction pour la publicité nationale et régionale combinée.
Volume: aucune réduction.
Fréquence par produit: la publicité nationale, paraissant dans différents numéros, peut contribuer à obtenir une réduction supplémentaire pour la publicité régionale, pourvu que l'espace utilisé soit pour le même produit. Par contre, la publicité nationale ne mérite aucune réduction supplémentaire.
La publicité régionale ne peut pas s'ajouter à la publicité nationale, afin d'obtenir une réduction supplémentaire de cette dernière.
Réductions pour l'édition des cinq villes et l'édition de Montréal
Fréquence par produit: les annonceurs, ayant recours à l'édition des cinq villes et l'édition de Montréal, ont droit aux réductions de fréquence suivantes:
1 – 2 numéros: aucune réduction
3 – 5 numéros: 5%
6 – 7 numéros: 10%
8 numéros: 15%
Le nombre total de numéros utilisés, pour un seul produit ou un seul service au cours d'une période de douze mois, s'ajoute pour déterminer les réductions de fréquence adéquates.
L'espace occupé dans l'édition des cinq villes et l'édition de Montréal n'est pas pris en considération, ni n'autorise à des réductions supplémentaires sur l'espace occupé dans d'autres éditions régionales ou nationales.
Réductions sur les pages multiples: deux pages consécutives ou plus, dans n'importe quel numéro, autorisent une réduction de 17,5%. L'espace acheté à la réduction page multiple n'est pas pris en considération pour le calcul de réductions supplémentaires, et il ne peut pas être obtenu en conjonction avec les réductions de fréquence dans l'édition des cinq villes et l'édition de Montréal.

Annonce couleur
Publicité nationale
Noir et 1 couleur*

Format	Tarif unitaire	4 à 7 nos.
	$	$
1 page	4 875	4 390
2/3 page	3 840	3 455
Mini-page ou 3/4 de col. double	3 840	3 455
1/2 page	3 400	3 060
1/3 page de 1 colonne	2 180	1 960

Format	8 à 11 nos	12 nos
	$	$
1 page	4 145	3 900
2/3 page	3 265	3 070
Mini-page ou 3/4 de col. double	3 265	3 070
1/2 page	2 890	2 720
1/3 page de 1 colonne	1 855	1 745

4 couleurs

Format	Tarif unitaire	4 à 7 nos.
	$	$
1 page	5 525	4 975
2/3 page	4 360	3 925
Mini-page ou 3/4 de col. double	4 360	3 925
1/2 page	3 850	3 465
1/3 page de 1 colonne	2 475	2 230
Mise en page en damier	7 700	–

Format	8 à 11 nos	12 nos
	$	$
1 page	4 695	4 420
2/3 page	3 705	3 490
Mini-page ou 3/4 de col. double	3 705	3 490
1/2 page	3 275	3 080
1/3 page de 1 colonne	2 105	1 980
Mise en page en damier	–	–

* Les couleurs assorties ne sont pas toujours disponibles. Veuillez consulter au préalable le directeur du service de production publicitaire des magazines M.H. pour le consommateur sur la disponibilité des couleurs assorties ou spéciales pour chaque numéro.
Disponible seulement en publicité nationale
Noir et une couleur*

Format	12 à moins de 24 pages	24 à moins de 36 pages
	$	$
1 page	4 295	3 705
2/3 page	3 380	2 920
Mini-page ou 3/4 de col. double	3 380	2 920
1/2 page	2 990	2 585
1/3 page de 1 colonne	1 920	1 655

Format	36 à moins de 48 pages	48 pages et plus
	$	$
1 page	3 415	3 120
2/3 page	2 690	2 460
Mini-page ou 3/4 de col. double	2 690	2 460
1/2 page	2 380	2 175
1/3 page de 1 colonne	1 525	1 395

4 couleurs

Format	12 à moins de 24 pages	24 à moins de 36 pages
	$	$
1 page	4 860	4 200
2/3 page	3 835	3 315
Mini-page ou 3/4 de col. double	3 835	3 315
1/2 page	3 390	2 925
1/3 page de 1 colonne	2 180	1 880

Format	36 à moins de 48 pages	48 pages et plus
	$	$
1 page	3 870	3 535
2/3 page	3 050	2 790
Mini-page ou 3/4 de col. double	3 050	2 790
1/2 page	2 695	2 465
1/3 page de 1 colonne	1 730	1 585

Publicité régionale
Anglais

Couleur	1 page	2/3 page
	$	$
Noir et 1 col.*	8 645	6 920
4 couleurs	9 815	7 850

Couleur	Mini-page ou 3/4 de col. double	1/2 page
	$	$
Noir et 1 col.*	6 920	6 060
4 couleurs	7 850	6 875

Anglais et français

Couleur	1 page	2/3 page
	$	$
Noir et 1 col.	13 520	10 760
4 couleurs	15 340	12 210

Couleur	Mini-page ou 3/4 de col. double	1/2 page
	$	$
Noir et 1 col.	10 760	9 460
4 couleurs	12 210	10 725

Édition Montréal

Couleur	1 page	2/3 page
	$	$
Noir et 1 col.	2 875	2 320
4 couleurs	3 255	2 580

* Les couleurs assorties ne sont pas toujours disponibles. Veuillez consulter au préalable le directeur du service de production publicitaire des magazines M H. pour le consommateur sur la disponibilité des couleurs assorties ou spéciales pour chaque numéro

Catégories particulières d'annonces

Encarts, coupons hors-texte et cartes-réponses

Un nombre limité d'encarts, de coupons hors-texte et de cartes-réponses, imprimé sur papier spécial, peut être accepté aux fins de publicité nationale et régionale, lorsque les impératifs techniques le permettent.

L'emplacement d'annonces fractionnelles est réservé au haut de la page.

Les tarifs pour la diffusion nationale, régionale ou dans les centres principaux des encarts publicitaires en formats de pages complètes ou de mini-pages, seront fournis sur demande.

Les tarifs pour la diffusion nationale des coupons hors-texte et cartes-réponses sont les suivants:

Coupons hors-texte (2¼" x 6" de largeur)

Édition	4 couleurs	Noir et 1 couleur ou noir et blanc
	$	$
Anglais	11 630	10 130
Français	5 580	4 270

Carte-réponse (4⅜" x 6" de largeur)

Édition	4 couleurs	Noir et 1 couleur ou noir et blanc
	$	$
Anglais	15 260	13 765
Français	6 360	5 240

Les coupons hors-texte sont imprimés sur papier « hi-bulk postal offset » et ils sont disponibles en deux formats.

Tarifs des coupons hors-texte et des cartes-réponses pour diffusion régionale sur demande.

Les coupons hors-texte et les cartes-réponses destinés aux éditions nationales et régionales doivent être accompagnés d'une annonce minimum d'une page complète en noir et blanc ou l'équivalent du même tarif. Les coupons hors-texte et les cartes-réponses sont maintenus à l'aide d'une souche amovible (voir caractéristiques mécaniques). L'éditeur aura la faculté de prolonger la souche des coupons et cartes-réponses, au besoin.

L'espace utilisé pour les encarts, coupons hors-texte et cartes-réponses ne peut s'ajouter aux annonces en emplacement ordinaire, afin d'obtenir une réduction additionnelle.

Catégories spéciales

Les petites annonces et les annonces rédactionnelles ne sont pas acceptées.

Le mot « annonce » sera ajouté en tête de tout texte présentant, selon l'avis de l'éditeur, un caractère rédactionnel.

Réservations et heures de tombée

2 mois avant la date de parution

Précisions typographiques

Renseignements généraux:

lorsqu'une même annonce doit paraître dans les éditions anglaise et française, veuillez fournir le film tel que spécifié pour chaque édition.

Un service de traduction française est à la disposition des annonceurs directs. Si les illustrations ne comportent pas de texte, l'éditeur se chargera de la traduction et de l'impression du texte, dans les caractères disponibles. Les frais de traduction et de reproduction seront facturés à l'annonceur. L'annonceur doit fournir les films, plaques, épreuves etc... et les expédier affranchis à: Maclean-Hunter Consumer Magazine Division, Service de la production publicitaire, 481, University Avenue, Toronto, Ontario, M5W 1A7. L'éditeur détruira les films et clichés non réclamés dans les douze mois suivant leur dernière utilisation.

Procédé d'impression:

impression offset simultanée sur papier continu.

Brochage: à cheval

Dimensions du magazine rogné: 8³⁄₁₆" de largeur sur 10¾" de hauteur (208mm x 273mm).

Une page comprend trois colonnes de largeur sur 140 lignes agate de hauteur, soit 420 lignes par page.

Format des annonces

Double page: 15" de largeur sur 10" de hauteur (381mm x 254mm)

1 page: 7" de largeur sur 10" de hauteur (178mm x 254mm)

2/3 page: 4⅝" de largeur sur 10" de hauteur (118mm x 254mm)

1/2 page verticale: 3⅜" de largeur sur 10" de hauteur (86mm x 254mm)

1/2 page horizontale: 7" de largeur sur 5" de hauteur (178mm x 127mm)

3/4 de colonne double: 4⅝" de largeur sur 7½" de hauteur (118mm x 190mm)

Mini-page: voir les formats d'annonces à fond perdu.

1/3 page (1 colonne): 2¼" de largeur sur 10" de hauteur (57mm x 254mm)

1/6 page: 2¼" de largeur sur 4⅞" de hauteur (57mm x 124mm)

1/12 page: 2¼" de largeur sur 2⁷⁄₁₆" de hauteur (57mm x 62mm)

Format d'annonces à fond perdu

Double page: 16⅝" de largeur sur 11" de hauteur (422mm x 279mm)

1 page: 8⁹⁄₁₆" de largeur sur 11" de hauteur (211mm x 279mm)

2/3 page: 5⁹⁄₁₆" de largeur sur 11" de hauteur (135mm x 279mm)

1/2 page horizontale: 8⁹⁄₁₆" de largeur sur 5½" de hauteur (211mm x 139mm)

1/2 page verticale: 4⅛" de largeur sur 11", de hauteur (105mm x 279mm)

3/4 de colonne double: 5⁹⁄₁₆" de largeur sur 8³⁄₁₆" de hauteur (135mm x 208mm)

Mini-page: 5⁹⁄₁₆" de largeur sur 7¹¹⁄₁₆" de hauteur (135mm x 195mm)

1/3 de page: (1 col. fond perdu 3 côtés): 3¹⁄₁₆" de largeur sur 11" de hauteur (78mm x 279mm)

Pour éviter le rognage de tout texte ou toute illustration d'annonces à fond perdu, prévoyez des marges extérieures de 3/8" (9mm), au minimum, pour permettre le rognage du magazine et une marge intérieure de 1/8" (3mm) à chaque page d'une annonce double page, sauf dans le cas d'une double page centrale.

Les annonces à fond perdu doivent être conçues, de manière à pouvoir être publiées en page recto ou verso. L'éditeur se réserve le droit de couper 3/16" (5mm) de tous côtés les films des annonces à fond perdu, lorsque les dimensions de rognage l'exigent.

Matériel requis:

annonces en 4 couleurs et 2 couleurs: fournir un jeu de films négatifs tramés à lecture à l'endroit, émulsionnés au recto et un jeu de films positifs tramés à lecture à l'envers, émulsionnés au recto. Deux séries complètes d'épreuves gammes (tirages de chaque couleur: jaune, rouge, bleu et noir et tirages toutes couleurs) et deux épreuves définitives doivent aussi accompagner les films. Tout film devra posséder une stabilité dimensionnelle de .004" (0.09mm) d'épaisseur et porter l'identification de la couleur et de la nature (ex: noir, positif).

Tout film de chaque couleur doit porter quatre traits de repère à une distance extérieure de 1/4" (6mm) du point de rognage. Les traits de repère sont indiqués par des lignes d'au moins 1/2" (12mm) de longueur et d'au plus .003" (.07mm) de largeur, ou d'épaisseur. Les films sont d'une seule pièce pour chaque couleur et doivent présenter un registre précis.

Les films à tirage par contact ne doivent porter aucune morsure ou retouche manuelle de couleur. Toute opacité doit se faire sur la surface non émulsionnée du film. Les films seront à points fermes. Les films impressionnés à l'aide d'appareils photographiques ou mordancés ne sont pas acceptables.

Annonces en noir et blanc:

fournir un négatif tramé à lecture à l'endroit, émulsionné au recto et deux positifs tramés à lecture à l'envers, émulsionnés au recto, le travail d'artiste original ou un assemblage complet de l'annonce. Les films ne doivent porter aucune morsure ou retouche manuelle. Toute opacité doit se faire sur la surface non émulsionnée du film. Les films sont à points fermes, de préférence d'une épaisseur de .004" (.09mm). Les films impressionnés à l'aide d'appareils photographiques ou mordancés ne sont pas acceptables.

Impératifs de fabrication:

la trame des films d'annonces en quatre couleurs doit être de 120 lignes pour le rouge, le bleu et le noir et de 133 lignes pour le jaune. Il est nécessaire de réduire la densité des cou-

leurs pour que la densité totale des aires les plus foncées n'excède pas 260%. On n'utilisera qu'une seule teinte de fond et le maximum de densité des teintes tramées sera de 85% pour toute couleur. Toute teinte, exigeant une densité supérieure à 85%, doit être une teinte de fond, car elle entraîne généralement le recouvrement entier de la surface sur la presse.
Pour améliorer la reproduction, éviter d'utiliser des tons d'égale densité dans les couleurs qui sont voisines. Fabriquer les films de manière qu'il y ait le moins de surimpression possible pour éviter le mélange excessif des encres.
Éviter d'utiliser quatre couleurs, lorsque trois ou moins peuvent procurer l'effet désiré. Le lettrage inversé doit être reproduit en un minimum de couleurs. Utiliser une couleur clef pour la forme des lettres et donner des dimensions légèrement plus grandes aux couleurs secondaires pour éviter toute difficulté de registre. Les lettres minuscules, empattements fins et lignes étroites, constituent une source de difficultés et leur impression devrait se restreindre à une seule couleur.
Utiliser une trame de 30% de densité au plus dans une teinte de fond, dont les caractères doivent être surimprimés et de 70% au moins lorsque les caractères sont inversés. Les extrémités des vignettes peuvent s'imprimer parfaitement par le procédé offset. Lorsque deux couleurs ou plus sont utilisées, la couleur la plus pâle doit se terminer à l'intérieur de la plus foncée.
La trame des films d'annonces en deux couleurs ou en noir et blanc doit être de 100 lignes. La densité des teintes ne doit pas excéder 160% dans les aires de surimpression les plus ombrées. Deux teintes de fond peuvent cependant se surimprimer de façon satisfaisante dans le lettrage étroit et les aires de très faibles dimensions. Une des couleurs doit toutefois être tramée pour les aires de surimpression supérieure à 1/8" (3mm) carré. L'utilisation de teintes d'égale densité est déconseillée pour toute aire. Toute teinte exigeant une densité supérieure à 85% doit être une teinte de fond, car elle entraîne généralement le recouvrement entier de la surface sur la presse.
Choix des encres:
utiliser les encres normales mac de polychromie. Consulter le répertoire des couleurs mac, pour les teintes et les densités d'encrage.
Ordre des couleurs:
quatre couleurs: épreuve par impressions simultanées, noir, bleu, rouge, jaune, une couleur tirée à la fois ou 2 plus 2, jaune, rouge, bleu, noir.
Noir et 1 couleur: tirer l'épreuve de la couleur en premier et celle du noir en dernier.
Tirage des épreuves: le tirage des épreuves se fait de haut en bas. Pour obtenir des épreuves gammes qui se rapprocheront étroitement de la reproduction dans le magazine, prendre soin d'encrer la feuille également, selon les densités d'encrage et les teintes du répertoire mac. Procéder au tirage sur papier d'épreuve normale de mac. Les valeurs de teintes doivent correspondre exactement à celles du film fourni. Lorsqu'un tirage simultané est impossible, un délai minimal de séchage, entre l'impression de chaque couleur ainsi que la réduction de la grosseur des pointes du film, aideront à compenser la différence de diffusion et de fixation des encres, lorsque le magazine sera imprimé. Les épreuves gammes doivent comporter des échantillons de couleurs offset normales gaft, tirés parallèlement aux rouleaux encreurs. Deux séries complètes d'épreuves gammes (tirages de chaque couleur; jaune, rouge, bleu et noir et tirages toutes couleurs) et deux épreuves définitives doivent être fournies. Les épreuves gammes en quatre couleurs et deux couleurs doivent présenter un registre parfait. Les films, présentant un registre imparfait, créent une reproduction médiocre dans le tirage entier d'un numéro. Pour annonce en noir et blanc, fournir trois épreuves tirées sur papier d'épreuve normal de mac (papier brillant Plantin 60 lb). Les épreuves doivent accompagner le film. Pour se procurer des films pour les échantillons de couleur gaft ou pour plus de renseignements, s'adresser à: gaft, Avenue Forbes, Pittsburg, PA 15213
Pour obtenir un répertoire des couleurs mac, imprimées sur papier d'épreuve normal, s'adresser à: mac, 1240, rue Bay, Suite 300, Totonto, Ontario, M4R 2A7
Consulter le service de production publicitaire au sujet de l'acquisition des encres mac approuvées et du papier nécessaire au tirage des épreuves. Les épreuves doivent accompagner le film ou les clichés, le tout envoyé dans un même colis. Les épreuves gammes expédiées séparément sont frappées de droit de douane. Expédier tout le matériel affranchi au service de production publicitaire au bureau de Toronto.
Les couleurs assorties ne sont pas toujours disponibles. Vérifier avec le service de production publicitaire de Toronto pour renseignements sur la disponibilité des couleurs assorties ou spéciales pour chaque numéro.
Retouches:
si des retouches sont faites aux densités de couleur d'un film en quadrichromie, il s'avère nécessaire, pour obtenir une meilleure qualité de la reproduction, de fournir les nouvelles épreuves gammes. Pour des corrections minimes, quand le temps ne permet pas de retirage, les clients devraient indiquer sur chaque film et chaque épreuve, quels sont les changements qui ont été faits.
Dans le cas de la reproduction de films, deux couleurs ou noir et blanc, de nouvelles épreuves sont tirées après chaque retouche.

Modalités de paiements

Commission d'agence: 15% aux agences reconnues seulement, sur facturation brute d'espace, couleur, fond perdu, emplacements préférentiels ou spéciaux.
Aucune commission ne sera allouée sur les autres frais, tels que les frais de manipulation, tirés à part, etc.
Escompte de caisse: 2% du montant net.
Délai d'escompte: le 10 du mois suivant la facturation.
Factures payables au bureau de l'éditeur, en devises canadiennes ou autres d'un montant équivalent, au cours du change en vigueur au moment du paiement.

Divers

Renseignements généraux
Les réductions sur le volume sont offertes seulement aux annonceurs des éditions nationales. Des réductions sur la fréquence par produit s'appliquent aux annonceurs de nos éditions nationales ou régionales, mais elles ne peuvent s'additionner.
Les réductions sont basées sur une période contractuelle de 12 numéros consécutifs, commençant à la première insertion. Le tarif des éditions anglaise et française, ainsi que le tarif de la publicité régionale est calculé séparément.
Contrats d'annonces de formats divers
les annonceurs, publiant des annonces de formats divers, ont droit à une réduction, soit sur le volume, soit sur la fréquence par produit établie sur la base suivante:
volume – l'espace total utilisé sera additionné pour déterminer le tarif. Fréquence par produit – le tarif s'appliquera, sauf dans le cas où la publication d'annonces de plus petits formats aura pour effet de diminuer le coût global de la campagne, à un montant inférieur à celui de la publication d'annonces de plus grands formats au tarif convenu.
Annonces à fond perdu
Supplément de 2% pour pages complètes seulement. Pas de frais pour annonces à fond perdu sur moins d'une page. Supplément de 2% sur les annonces des 2ième, 3ième et 4ième pages de couverture. Aucune majoration ne s'applique aux doubles pages ou aux pages consécutives.
Emplacements préférentiels ou spéciaux
Supplément de 20%. Non acceptés pour les annonces de moins d'une page.
Tarif pour les pages de couverture
Supplément de 15% pour la 2ième couverture; 10% pour la 3ième couverture et 20% pour la 4ième couverture.
Publicité régionale et tirage partagé d'exemplaires
À confirmer par écrit. Non annulable. Voir section de publicité régionale. Frais de manipulation pour diffusion partagée sur une base régionale et A/B: 4 couleurs – 910$; 2 couleurs – 770$; noir et blanc – 630$. Commission d'agence non allouée sur les frais de manipulation.
Contrat et texte
L'éditeur ne sera lié d'aucune façon par toutes conditions, imprimées ou stipulées autrement, aux contrats ou pièces d'instructions relatives aux textes, lorsque ces conditions seront contraires aux stipulations du présent tarif. Lorsque l'éditeur aura pris toutes les dispositions raisonnables pour assurer la distribution d'un ou de plusieurs numéros, il se réserve le droit de réclamer l'acquittement des factures de toutes les annonces commerciales imprimées dans ce ou ces numéros.
Le présent tarif pourra être modifié sans préavis.
Les annonceurs et agences de publicité se porteront responsables du contenu de toute annonce imprimée (y compris les textes, la présentation et les illustrations) et assumeront également la responsabilité de toute réclamation à l'endroit de l'éditeur, à la suite de leur publication. Les contrats réservant des emplacements spéciaux ou couvertures ne seront pas annulables. Date de renouvellement des emplacements spéciaux ou convertures: 3 mois avant la date limite de remise des bons de commande.
L'éditeur se réserve le droit de réviser le tarif actuel en tout temps. Le tarif des contrats en vigueur sera honoré pendant une période d'au moins 90 jours précédant la date limite du numéro auquel le nouveau tarif s'appliquera. Les annonceurs, ne pouvant accepter un nouveau tarif fixé en vertu de cette clause, pourront annuler leur contrat, sans subir un rajustement de tarif.
Les commandes, reçues dans les trois mois précédant la date limite, ne seront acceptées qu'au nouveau tarif en vigueur.

Les annonceurs et agences de publicité ne tiendront pas l'éditeur responsable de la non insertion éventuelle de toute annonce, quelle qu'en soit la cause.
Tout texte publicitaire sera sujet à l'approbation de l'éditeur. Le tarif dégressif s'applique exclusivement aux annonces commerciales normales de l'annonceur; les annonces, qu'il fera publier pour le compte d'autres établissements, lui seront facturées au présent tarif suivant l'espace utilisé.
Les accords verbaux ne sont pas reconnus par l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
285 213

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
6.6%

2410

CLIN D'OEIL

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1980
Édité en français par Les Éditions Le Nordais Ltée
100, Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone: (514) 735-6361
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
À l'étranger: 17$/an

Personnel de direction
Éditeur: Claude Durocher
Éditeur délégué: Jacques Chabot

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Jean Lessard

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Marcelle Pelletier
Normédia Ltée
100, Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone: (514) 735-6361

Personnel
Directrice commerciale:
Francine Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er mars 1981

Annonce courante
Noir et blanc

Format	1 fois	3 fois	6 fois	11 fois
	$	$	$	$
1 page	1 150	1 025	950	875
2/3 page	900	775	725	675
jr. p.	900	775	725	675
1/2 page	825	750	675	600
1/3 page	675	600	550	500

Les tarifs indiqués ci-dessus ne s'appliquent qu'à la location de l'espace publicitaire. Le matériel d'annonce devra être fourni par le client. Les coûts de production seront chargés en surplus.

Annonce couleur
2 couleurs: 150$ extra
4 couleurs: 450$ extra

Catégories particulières d'annonces
Page à fond perdu: sans frais.
Pour tout autre format, combinaison de couleurs, insertions, etc: prix sur demande.
Encarts: (fourni par le client) tous les encarts sont brochés.
Encartage en sus.
8 pages: coût de 6 pages, noir et blanc, selon la fréquence.
4 pages: coût de 3 pages, noir et blanc, selon la fréquence.
2 pages: coût de 1½ page, noir et blanc, selon la fréquence.

Page ou position spécifiées
Position préférentielle: plus 20%
Couvertures 2-3-4: prix disponible sur demande.
Emplacement: en dehors des emplacements préférentiels prévus au tarif, aucune position ne peut être garantie, qu'elles que soient les spécifications portées sur le bon d'insertion.

Réservations et heures de tombée
Pour réservation d'espace et matériel: huit semaines précédant le mois de publication.

Précisions typographiques
Spécifications publicitaires: tout le matériel devra être fourni en négatif aux trames suivantes: noir et blanc: 100-120, 4 couleurs à l'intérieur: 120-133. Couvertures: 133-150.
Matériel exigé: pour 1 annonce: 1 couleur: 1 jeu de négatifs.
L'éditeur peut également travailler directement à partir du dessin.
4 couleurs process: 1 jeu final de négatifs-couleurs, corrigés pour impression quatre couleurs avec marques de registres et gammes d'épreuves et « colorkey » scotch prints, film positif, plaques « letterpress » peuvent être utilisés moyennant un coût supplémentaire.
Format d'annonces:
pleine page à fond perdu: 8¼" x 10⅞" prof. (plus 1/8" à fond perdu).
Pleine page: 7⅜" x 9⅞"
2/3 page à fond perdu: 5⁹⁄₁₆" x 10⅞".
2/3 page: 4⅞" x 9⅞".
Page junior: 5½" x 8⅛".
1/2 page verticale à fond perdu: 4⅛" x 10⅞"
1/2 page verticale: 3⅝" x 9⅞"
1/2 page horizontale à fond perdu: 5⅞" x 8¼"
1/2 page horizontale: 4⅞" x 7⅜"
1/3 page verticale à fond perdu: 2¹³⁄₁₆" x 10⅞"
1/3 page verticale: 2⅜" x 9⅞"
Double page à fond perdu: 16½" x 10⅞" prof. (plus 1/8" à fond perdu)
Double page: 15⅝" x 9⅞"

Des corrections au matériel publicitaire peuvent être effectuées par l'éditeur, afin de remplir ses exigences techniques (coût relatif au travail exigé).

Modalités de paiements
15% pour toutes les agences reconnues.
2% d'escompte si payé dans les 10 jours suivant la publication.

Divers
Conditions du contrat
Les tarifs sont sujets à des fluctuations de nature économique. L'éditeur se réserve donc le droit de hausser les tarifs selon ces changements. Tous les contrats en force et effectifs avant ce changement seront respectés.
Annulation de contrat:
les annonces en couvertures peuvent être annulées. Toute annulation doit parvenir par écrit 10 jours avant la date de fermeture.

2420

CROC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1979, publié le 1er vendredi du mois
Édité en français par Ludcom Inc.
464, Saint-Jean
Montréal
H2Y 2S1
Téléphone: (514) 844-3911
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 16$/an
Institutions: 19$/an
À l'étranger: 22$/an
Par avion: 35$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur général
Jacques Hurtubise

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois précédent

Agence de presse: SYGMA, PC

Personnel
Rédacteur en chef: Pierre Huet

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Chantal Berthiaume

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante

Intérieur	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	825	775	735	650
2/3 page	650	615	585	525
1/2 page	500	475	450	405
1/3 page	375	355	335	300
1/4 page	300	285	270	245

Annonce couleur
Noir plus 2 couleurs: 150$ en sus
Noir plus 4 couleurs: 450$ en sus

Catégories particulières d'annonces
Cartes d'affaires: 1 fois/175$, 3 fois/165$, 6 fois/155$, 12 fois/140$
Encarts: prix sur demande
Page à marge perdue: aucun supplément
Autre format, combinaison de couleurs, insertion etc.: prix sur demande.

Page ou position spécifiées
Couvertures (4 couleurs): films fournis par le client.

Couverture	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
2 - 3	1 400	1 330	1 260	1 135
4	1 525	1 450	1 380	1 240

Réservations et heures de tombée
Réservation d'espace et remise du matériel: six semaines avant la date de publication.

Précisions typographiques
Tout le matériel devra être fourni en négatif aux trames suivantes:
Noir et blanc: 100-120
4 couleurs à l'intérieur: 120-133
page couverture: 135-150
Matériel exigé: pour 1 annonce, 1 couleur: un jeu de négatifs; l'éditeur peut également travailler directement à partir du dessin.
4 couleurs process: 1 jeu final de négatifs-couleurs, corrigés pour impression quatre couleurs, avec marques de registres et gammes d'épreuves et « color key ».
Scotch prints, film positif, plaques « letterpress » peuvent être utilisés, moyennant un coût supplémentaire.
Format annonce:
format magazine: 8¼ x 10⅞
Pleine page à marge perdue: 8⅜ x 11⅛
Pleine page: 7¼ x 9⅞
Double page à marge perdue: 16¾ x 11⅛
Double page: 15½ x 9⅞
2/3 de page verticale: 4¾ x 9⅞
1/2 page horizontale: 7¼ x 4⅞
Des corrections au matériel fourni peuvent être effectuées afin de remplir les exigences techniques (aux frais de l'annonceur).
Emplacement: à l'exception des emplacements préférentiels prévus au tarif, aucune position ne peut être garantie, quelles que soient les spécifications du bon d'insertion.

Modalités de paiements
Règlement dans les 10 jours suivant la publication: escompte de 2%
Règlement dans les 30 jours suivant le publication: net
Règlement après les 30 jours suivant la publication: 1½% d'intérêt par mois.
Commission d'agence: 15%

Divers
Les tarifs ne s'appliquent qu'à la location de l'espace publicitaire. Le matériel devra être fourni par le client. Les coûts de production de l'annonce varient suivant le travail exigé.
Conditions du contrat: l'éditeur se réserve le droit de réviser ses tarifs à n'importe quel moment. Tous les contrats, en force ou effectifs avant ces révisions, seront respectés.
Annulation du contrat par l'annonceur: tout contrat de publicité pour les pages couvertures ne peut être annulé.
Tout autre espace publicitaire peut être annulé par l'annonceur, en autant qu'un avis écrit soit donné à l'éditeur, au moins dix (10) jours ouvrables avant la date de fermeture de toute publicité.
Dans le cas de bris de contrat d'une durée excédant 3 parutions, le remboursement sera calculé au prorata par l'éditeur et facturé à l'annonceur.

2430

DÉCORATION CHEZ-SOI

ABC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1978
Édité en français par Les Éditions
Le Nordais Ltée
100, Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone: (514) 735-6361
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement: 18$/an

Personnel de direction
Éditeur: Claude Durocher
Éditeur délégué: Jacques Chabot

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: André Vilder

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Normédia Ltée
100, Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone: (514) 735-6361

Personnel
Directrice commerciale:
Francine Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte No 5 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	2 750	2 650	2 500	2 350
Répertoire	n d	300	300	300

Catégories particulières d'annonces
Encarts: (fourni par le client), tous les encarts sont brochés.
Encartage en sus:
8 pages: coût de 6 pages, noir et blanc, selon la fréquence.
4 pages: coût de 3 pages, noir et blanc, selon la fréquence.
2 pages: coût de 1½ page, noir et blanc, selon la fréquence.
Page à fond perdu: sans frais
Pour tout autre format, combinaison de couleurs, insertions, etc: prix sur demande.

Page ou position spécifiées
2-3-4 couvertures: prix disponible sur demande.
Position préférentielle: plus 20%
Emplacement: en dehors des emplacements préférentiels prévus au tarif, aucune position ne peut être garantie, quelles que soient les spécifications portées sur le bon d'insertion.

Réservations et heures de tombée
Pour réservation d'espace et matériel: huit semaines précédant le mois de publication.

Précisions typographiques
Spécifications publicitaires: tout le matériel devra être fourni en négatif aux trames suivantes:
noir et blanc: 100-120
4 couleurs à l'intérieur: 120-133
Couvertures: 133-150
Matériel exigé: pour 1 annonce; 1 couleur, 1 jeu de négatifs: l'éditeur peut également travailler directement à partir du dessin.
4 couleurs process: 1 jeu final de négatifs couleurs, corrigés pour impression quatre couleurs avec marques de registres et gammes d'épreuves et « color key ».
Scotch prints, film positif, plaques « letterpress » peuvent être utilisés moyennant un coût supplémentaire.
Format d'annonces: format du magazine: 8¼" x 10⅞"
Pleine page à fond perdu: 8½" x 11⅜"
Pleine page: 7¼" x 10"
Double page à fond perdu: 17" x 11⅜"
Double page: 15½" x 10"
Des corrections au matériel publicitaire peuvent être effectuées par l'éditeur afin de remplir ses exigences techniques (coût relatif au travail exigé).

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15% pour toutes les agences reconnues.
2% d'escompte si payé dans les 10 jours suivant la publication.

Divers
Conditions du contrat: les tarifs sont sujets à des fluctuations de nature économique. L'éditeur se réserve donc le droit de hausser les tarifs selon ces changements. Tous les contrats, en force et effectifs avant ce changement, seront respectés.
Annulation de contrat: les annonces en couvertures ne peuvent être annulées. Toute annulation doit parvenir par écrit 10 jours avant la date de fermeture.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 juin 1980
99 010

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
1,4%

2440

DÉCORMAG

ABC

IDENTIFICATION
Mensuel (11 fois/an) établi en 1972
Édité en français par Les Publications Décormag Inc.
181, Saint-Paul est
Montréal
H2Y 1G8
Téléphone: (514) 866-9894
Format: revue
Coût du numéro: 2,75$
Coût de l'abonnement
Canada: 20$/an; 37,50$/2 ans; 57,50$/3 ans
États-Unis: 27$/an; 51$/2 ans; 80$/3 ans
Outre-mer (avion): 40$/an

Personnel de direction
Présidente-directrice générale:
Ginette Gaboury
Directrice générale adjointe:
Lise Langelier-Bisson
Nom des éditions:
Décormag (édition anglaise) fondée en 1978

INFORMATION
Moment de tombée
2 mois précédant la sortie du numéro

Personnel
Rédactrice en chef: Nicole Charest

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Tony Drouin
Représentant publicitaire: Alain Roger

Tarifs publicitaires
Carte No 10 en vigueur le 1er avril 1980

Annonce courante
Tarif non combiné
Noir et blanc

	Fréquence 1-2		3-4	
Format	Fran.	Ang.	Fran.	Ang.
	$	$	$	$
1 page	2 560	1 990	2 390	1 725
2/3 page	1 990	1 540	1 870	1 335
1/2 page	1 700	1 350	1 640	1 150
1/3 page	1 150	895	1 110	770
1/4 page	875	740	815	625
1/6 page	600	490	560	430
1/10 page	390	310	375	275
Grenier 1/32	100	80	90	70

(suite)

	Fréquence 5-6-7	
Format	Fran.	Ang.
	$	$
1 page	2 260	1 540
2/3 page	1 780	1 200
1/2 page	1 560	1 030
1/3 page	1 020	670
1/4 page	765	575
1/6 page	510	375
1/10 page	345	245
Grenier 1/32	80	60

(suite)

	Fréquence 8-9-10		11-12	
Format	Fran.	Ang.	Fran.	Ang.
	$	$	$	$
1 page	2 030	1 475	1 940	1 400
2/3 page	1 630	1 150	1 520	1 090
1/2 page	1 440	980	1 360	930
1/3 page	940	640	890	600
1/4 page	720	550	700	520
1/6 page	470	360	450	340
1/10 page	320	235	300	220
Grenier 1/32	70	50	60	40

Tarif combiné (pour 1 page dans l'édition française et anglaise)
Noir et blanc

	Fréquence 1 (1F 1A)		2 (2F 2A)		3 (3F 3A)		4 (4F 4A)	
Format								
	$		$		$		$	
1 page	2 220		2 160		2 005		1 955	
2/3 page	1 720		1 675		1 565		1 525	
1/2 page	1 485		1 450		1 360		1 325	
1/3 page	1 000		975		915		895	
1/4 page	790		770		705		685	
1/6 page	535		520		485		470	
1/10 page	345		335		315		310	
Grenier 1/32	90		85		80		75	

(suite)

	Fréquence 5 (5F 5A)		6 (6F 6A)		7 (7F 7A)		8 (8F 8A)	
Format								
	$		$		$		$	
1 page	1 845		1 805		1 770		1 665	
2/3 page	1 445		1 415		1 385		1 320	
1/2 page	1 260		1 230		1 205		1 150	
1/3 page	820		805		785		750	
1/4 page	650		635		625		605	
1/6 page	430		420		410		395	
1/10 page	290		280		275		265	
Grenier 1/32	70		65		60		55	

Escompte ou prix réduit
Fréquence 13-14: tarif 1 page, fréquence 11 moins 3%
Fréquence 15-16-17: tarif 1 page, fréquence 11 moins 5%
Fréquence 18-19: tarif 1 page, fréquence 11 moins 8%
Fréquence 20 et plus: tarif 1 page, fréquence 11 moins 10%
Page double dans un même numéro: rabais supplémentaire de 2%
Les rabais de fréquence se calculent sur l'achat d'une annonce pour un même produit ou service, pendant une période de douze (12) mois consécutifs.
Les fréquences de l'édition française et de l'édition anglaise ne s'additionnent pas sur ce tarif; elles peuvent s'additionner sur le tarif combiné.

Rabais d'achat multiple (dans un même numéro)
3 pages consécutives: tarif 1 page moins 17,5%
4-7 pages consécutives: tarif 1 page moins 25%
8 et plus pages consécutives: tarif 1 page moins 33%
L'espace acheté au rabais d'achat multiple ne peut être considéré pour le calcul des rabais de fréquence.
Un seul rabais peut donc s'appliquer pour le calcul du tarif d'une page: soit le rabais de fréquence ou le rabais d'achat multiple.
Le rabais de page double ne s'applique pas, lorsque le rabais de page mutiple est utilisé.
Tarif combiné: pour toute fréquence supérieure à 8F/8A, un rabais de 5% est accordé sur le tarif de la page française, selon la fréquence appropriée, ainsi que sur le tarif de la page anglaise.
Ce rabais ne peut s'appliquer pour un achat inférieur à 3 pages dans l'édition anglaise.

Annonce couleur
Tarif non combiné
2 couleurs (noir plus une couleur de base)

	Fréquence 1 et 2		3 et 4	
Format	Fran.	Ang.	Fran.	Ang.
	$	$	$	$
1 page	2 740	2 200	2 610	1 935
⅔ page	2 280	1 750	2 090	1 545
½ page	1 920	1 560	1 860	1 360
⅓ page	1 370	1 100	1 310	980
¼ page	1 275	940	1 015	835
⅙ page	820	690	760	640

(suite)

	Fréquence 5-6-7	
Format	Fran.	Ang.
	$	$
1 page	2 480	1 750
⅔ page	1 990	1 410
½ page	1 780	1 240
⅓ page	1 240	880
¼ page	835	785
⅙ page	710	585

(suite)

	Fréquence 8-9-10		11-12	
Format	Fran.	Ang.	Fran.	Ang.
	$	$	$	$
1 page	2 250	1 685	2 150	1 610
⅔ page	1 850	1 360	1 730	1 300
½ page	1 660	1 190	1 570	1 130
⅓ page	1 160	850	1 100	810
¼ page	940	760	910	730
⅙ page	690	570	660	550

4 couleurs

	Fréquence 1 et 2		3 et 4	
Format	Fran.	Ang.	Fran.	Ang.
	$	$	$	$
1 page	3 110	2 530	2 930	2 250
⅔ page	2 540	2 080	2 410	1 860
½ page	2 250	1 850	2 170	1 675
⅓ page	1 700	1 400	1 650	1 295
¼ page	1 400	1 235	1 350	1 150

(suite)

	Fréquence 5-6-7	
	Franc.	Ang.
	$	$
1 page	2 770	2 055
⅔ page	2 290	1 715
½ page	2 070	1 545
⅓ page	1 530	1 185
¼ page	1 265	1 090

(suite)

	Fréquence 8-9-10		11-12	
Format	Fran.	Ang.	Fran.	Ang.
	$	$	$	$
1 page	2 550	1 985	2 440	1 900
⅔ page	2 150	1 660	2 020	1 590
½ page	1 950	1 490	1 860	1 430
⅓ page	1 450	1 150	1 390	1 100
¼ page	1 220	1 060	1 200	1 020

Tarif combiné
2 couleurs (noir – une couleur de base).

Format	1 (1F 1A)	2 (2F 2A)	3 (3F 3A)	4 (4F 4A)
	$	$	$	$
1 page	2 410	2 345	2 215	2 160
⅔ page	1 965	1 915	1 775	1 730
½ page	1 695	1 655	1 570	1 530
⅓ page	1 205	1 175	1 115	1 090
¼ page	1 080	1 055	900	880
⅛ page	740	720	685	665

(suite)

Format	5 (5F 5A)	6 (6F 6A)	7 (7F 7A)	8 (8F 8A)
	$	$	$	$
1 page	2 050	2 010	1 970	1 870
⅔ page	1 650	1 615	1 580	1 525
½ page	1 465	1 435	1 405	1 355
⅓ page	1 030	1 010	985	955
¼ page	855	840	820	785
⅛ page	630	615	605	595

4 couleurs

Format	1 (1F 1A)	2 (2F 2A)	3 (3F 3A)	4 (4F 4A)
	$	$	$	$
1 page	2 750	2 680	2 525	2 460
⅔ page	2 255	2 195	2 080	2 030
½ page	1 995	1 950	1 875	1 830
⅓ page	1 515	1 475	1 435	1 400
¼ page	1 285	1 250	1 220	1 190

(suite)

Format	5 (5F 5A)	6 (6F 6A)	7 (7F 7A)	8 (8F 8A)
	$	$	$	$
1 page	2 340	2 290	2 245	2 155
⅔ page	1 945	1 905	1 865	1 810
½ page	1 755	1 720	1 680	1 635
⅓ page	1 315	1 290	1 265	1 235
¼ page	1 145	1 120	1 095	1 085

Catégories particulières d'annonces
Page à fond perdu: plus 15%
Encarts fournis par le client: prix sur demande.
Services additionnels
Mise en marché: afin de prolonger l'effet d'une campagne de publicité, les Publications Décormag Inc. mettent à votre disposition différents matériels de promotion:
envois de numéros
lettres promotionnelles
tirés à part
réimpressions
cartes de comptoir, etc.: prix sur demande.
Publi-reportages: les publi-reportages sont réalisés dans l'esprit du magazine par des collaborateurs de Décormag.
Présentation: sous forme de reportage, d'interview, de table ronde, etc;
mise-en-page: intégrée à la section rédactionnelle, deux pages minimum
Tarif espace: selon la carte de tarif avec rabais de fréquence approprié
Tarif de production: préparation, conception, maquette, rédaction, séparations des couleurs: prix sur demande.

Page ou position spécifiées
Tarif non combiné
Couverture

	Fréquence 1-2		3-4	
Couverture	Fran.	Ang.	Fran.	Ang.
	$	$	$	$
2	4 410	3 495	4 100	2 960
3	4 225	3 380	3 960	2 840
4	4 975	3 960	4 690	3 510

(suite)

Couverture	Fréquence 5-6-7 Fran.	Ang.
	$	$
2	3 830	2 585
3	3 695	2 475
4	4 415	3 135

(suite)

	Fréquence 8-9-10		11-12	
Couverture	Fran.	Ang.	Fran.	Ang.
	$	$	$	$
2	3 580	2 385	3 315	2 265
3	3 430	2 280	3 170	2 165
4	4 140	2 915	3 725	2 775

Tarif combiné
Couverture

Couverture	1 (1F 1A)	2 (2F 2A)	3 (3F 3A)	4 (4F 4A)
	$	$	$	$
2	3 855	3 755	3 445	3 355
3	3 705	3 615	3 315	3 230
4	4 360	4 245	3 995	3 895

(suite)

Couverture	5 (5F 5A)	6 (6F 6A)	7 (7F 7A)	8 (8F 8A)
	$	$	$	$
2	3 110	3 050	2 985	2 835
3	2 995	2 930	2 870	2 715
4	3 660	3 585	3 510	3 350

Emplacement: en dehors des emplacements préférentiels prévus à la carte de tarif, aucune position ne peut être garantie, quelles que soient les spécifications portées sur le bon d'insertion.
Position préférentielle: plus 10%

Réservations et heures de tombée
Pour réservation d'espace et matériel: le 20 du deuxième mois précédant la date de parution.

Précisions typographiques
Tout le matériel publicitaire devra être fourni en négatifs, ligne ou trame 133 ou 150 préférablement (trames 100 et 120 sont acceptables).
Pour envoi de matériel: service commercial, Les publications Décormag Inc., 181 Rue Saint-Paul est, Vieux-Montréal, Québec, H2Y 1G8
Matériel exigé: pour 1 annonce 1 couleur: 1 jeu négatifs; l'éditeur peut également travailler directement à partir du dessin (coût relatif au travail exigé).
Pour 1 annonce 2 couleurs: 1 jeu final de négatifs couleurs, corrigés pour impression 2 couleurs avec marques de registres. Pour 1 annonce 4 couleurs: 1 jeu final de négatifs couleurs, corrigés pour impression 4 couleurs avec marques de registres et gammes d'épreuves ou « colour key ».
Scotch prints, films positifs, plaques « letterpress » peuvent être utilisés moyennant un coût supplémentaire. L'éditeur ne conserve le matériel publicitaire que pour douze (12) mois.
Format d'annonces:
format du magazine 8¾" x 11⅞"
Pleine page à fond perdu: 9" x 11⅞"
Pleine page: 7⅜" x 10⅜"
Double page à fond perdu: 17⅜" x 11⅞"
Double page: 16⅝" x 10⅜"
⅔ de page horizontale: 7⅜" x 6⅜"
⅔ de page verticale: 5⅛" x 10⅜"
½ page horizontale: 7⅜" x 5⅛"
½ page verticale: 3⅜" x 10⅜"
⅓ de page horizontale: 7⅜" x 3⅜"
⅓ de page verticale: 2½" x 10⅜"
⅓ de page carrée: 5⅛" x 5⅛"
¼ de page: 3⅜" x 5⅛"
⅛ de page: 2½" x 5⅛"
L'éditeur peut effectuer des corrections au matériel publicitaire pour satisfaire à ses exigences techniques (coût relatif au travail exigé).

Modalités de paiements
Tous les comptes sont payables comme suit: 2% de rabais – dans les dix (10) jours de la facturation.
Net – trente (30) jours après la date de facturation.
Après trente (30) jours de la date de facturation, des frais d'administration de 1½% par mois seront ajoutés à la facture.
Commission aux agences accréditées: 15% sur la facturation brute de l'espace, de la couleur et de l'emplacement.

Divers
Conditions du contrat: l'éditeur se réserve le droit d'augmenter ses tarifs. Tous les contrats, en force et effectifs avant l'avis de changement, seront respectés.
Annulation de contrat: toute annulation doit parvenir par écrit vingt (20) jours avant la date de fermeture. Les annonces en couvertures ne peuvent être annulées.
Les tarifs indiqués ne s'appliquent qu'à la location de l'espace publicitaire. Les rabais de fréquence s'appliquent au nombre de numéros utilisés pour un certain service ou produit pendant une période de douze (12) mois consécutifs.
Le matériel d'annonce devra être fourni par le client. Les coûts de production seront chargés en sus. Les séparations de couleurs seront chargées en sus. Pour tout autre format, combinaison de couleurs, insertions, etc: prix sur demande.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 juin 1980
Édition française: 43 623
Édition anglaise: 34 999

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
Édition française: 3%
Édition anglaise: 94%

2450

FEMME

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1974, publié le 1er du mois
Édité en français par Les Publications Expresses MF Inc.
465, DesLauriers
Ville Saint-Laurent
H4N 1W2
Téléphone: (514) 332-3149
Format: revue
Coût du numéro: 1,50$
Coût de l'abonnement
Au Québec: 20$/an; 38$/2 ans
À l'extérieur du Québec: 23$/an
Ailleurs: 32$/an

Personnel
Éditeur: Maurice Favreau

INFORMATION
Moment de tombée
30 jours avant la publication

Personnel
Rédactrice en chef: Suzanne Murray

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Hugo Gravel

Tarifs publicitaires
Carte No 2 en vigueur le 1er septembre 1980

Annonce courante

Format	Insertions 1	3	6	9	12
	$	$	$	$	$
1 page	1 020	990	950	870	775
⅔ page	775	750	715	660	585
½ page	670	580	640	505	450
⅓ page	470	455	440	400	360
¼ page	360	350	330	290	255
⅙ page	265	250	240	225	200
⅛ page	210	200	185	180	155

Annonce couleur
Couleurs standards (rouge, bleu, jaune): 185$ par couleur
Quadrichromie: 480$ par page

Catégories particulières d'annonces
Encarts: prix sur demande
Publi-reportages: prix sur demande
Annonce à marge perdue: 10% additionnel

Page ou position spécifiées
Couvertures (non résiliables)

Couverture	Insertions 1	3	6
	$	$	$
2 et 3	1 290	1 230	1 170
4	1 530	1 470	1 410

Couverture	Insertions 9	12
	$	$
2 et 3	1 080	960
4	1 290	1 170

Position spéciale: 20% additionnel

Réservations et heures de tombée
Le 30 du 2e mois précédent

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 140 lignes agate
Nombre de colonnes: 2 ou 3
1 espace de 3 colonnes: 2 5/16
2 espaces de 3 colonnes: 4 13/16
1 espace de 2 colonnes: 3½
1 page: 7¼ x 10
⅔ page: 4 13/16 x 10 ou 7¼ x 6⅝
½ page: 3½ x 10 ou 7¼ x 5
⅓ page: 2 5/16 x 10 ou 7¼ x 3⅜
¼ page: 3½ x 5 ou 7¼ x 2½
⅙ page: 2 5/16 x 5
⅛ page: 3½ x 2½
Page totale rognée: 8⅜ x 10⅞
Annonce page complète encadrée: 7¼ x 10 hauteur
Annonce à marge perdue: 8½ x 11⅛
2 pages consécutives à marge perdue: 17 x 11⅛
Imprimé web offset
Trame 120
Broché à cheval
Film: négatif
Pour le noir et blanc, fournir le montage original fini à la dimension de l'annonce ou en proportion pour être agrandi à la dimension finale de l'annonce

Modalités de paiements
Paiement net en 30 jours

Divers
L'éditeur peut modifier les tarifs de ce contrat sur préavis de 30 jours.
L'annonceur pourra annuler son contrat, en vertu de cette clause, sans ajustement de tarif. Le nouveau tarif en vigueur sera toujours applicable dans le cas d'une première insertion, qui n'aurait pas été effectuée dans les 2 mois suivant la date du contrat.
L'annonceur ne tient pas Les Éditions Lizon Inc. responsable de toute non insertion éventuelle d'une annonce, quelle qu'en soit la cause.
Toute annonce est sujette à l'approbation finale de l'éditeur.
L'éditeur s'engage, sans autre responsabilité, à apporter une correction équivalente à la grandeur d'espace où l'erreur s'est produite.
L'annonceur assume la responsabilité de la publication de son annonce ainsi que la responsabilité de toutes réclamations à l'encontre de l'éditeur, dont il pourrait éventuellement faire l'objet. L'annonceur pourra récupérer tout son matériel de production publicitaire, dans les 6 mois suivant la date d'insertion.

2460

FILLES D'AUJOURD'HUI

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1980, publié l'avant dernier samedi du mois
Édité en français par Le Groupe Québécor Inc.
225, Roy est
Montréal
H2W 2N6
Téléphone: (514) 282-9600
C.P. 188, Succ. La Cité
Montréal
H2W 2M9
Format: revue
Coût du numéro: 1,99$

Personnel de direction
Éditeur en chef: Gilles Morin

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef: Isabelle Péladeau

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Jean Barbeau

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Annonce courante

Format	1 fois	3 fois	6 fois	9 fois	12 fois
	$	$	$	$	$
1 page	850	825	790	725	645
⅔ page	645	625	595	550	485
½ page	490	470	450	420	375
⅓ page	390	370	355	320	295
¼ page	300	280	255	240	210
⅙ page	215	200	180	170	155
⅛ page	175	160	150	140	130

Annonce couleur
150$ chaque couleur
4 couleurs process, séparations fournies 400$

Catégories particulières d'annonces
Bleed: 10% extra
Encarts: 18$ par mille

Page ou position spécifiées
Couvertures
2e et 3e couvertures intérieures: 200$ extra
4e (arrière): 300$ extra
Autres positions garanties: 25% extra

Réservations et heures de tombée
Bon d'insertion: 5 semaines avant la date de parution
Matériel fourni 4 semaines avant la date de parution

Précisions typographiques
Page imprimée: 7¼ x 9½
Page taillée: 8⅛ x 10⅝
Largeur de la colonne: 2¼

Nombre de colonnes par page: 3
Tranché à vif: 8¼ x 10⅞
Cliché demi-ton, trame 120M
Encarts non taillés: 8⅜ x 11⅛
Encarts taillés: 4¼ x 6
Procédé: web offset

2470

LE LUNDI

ABC/AEM

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1976, publié le lundi
Édité en français par Magazine le Lundi
9922, boul. Saint-Laurent
Montréal
H3L 3R2
Téléphone: (514) 382-8443
Format: revue
Coût du numéro:
1,15$ en kiosque
1,25$ livré à domicile
Coût de l'abonnement: 44,44$/an; 24,44$/26 semaines

Personnel de direction
Président et éditeur: Claude Charron
Directeur général: Denis Monette

INFORMATION
Agence de presse:
Keystone Press, SYGMA

Personnel
Rédacteur en chef: Denis Monette

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean McGown et Associés
785 avenue Plymouth, bureau 310
Ville Mont-Royal
H4P 1B3
Téléphone: (514) 735-5191

Personnel
Directeur du marketing: Gilles Mailhot
Directeur des ventes: Denis Lazure

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur le 1er avril 1979.

Annonce courante
Noir et blanc

Format	1 fois	6 fois	13 fois
	$	$	$
1 page	1 200	1 145	1 110
2/3 page	900	855	830
1 page-jr	685	650	625
1/2 page h-v	685	650	625
1/3 page	520	495	475
1/4 page	420	400	385
1/6 page	295	280	270

Format	26 fois	39 fois	52 fois
	$	$	$
1 page	1 060	1 020	965
2/3 page	795	770	725
1 page-jr	600	580	550
1/2 page h-v	600	580	550
1/3 page	460	440	415
1/4 page	370	355	335
1/6 page	260	250	235

Annonce couleur
4 couleurs (process), par page, par annonce: 450$
Rouge, bleu, jaune (process), par couleur, par page, par annonce: 150$

Catégories particulières d'annonces
Encarts: nombre limité accepté
Marge perdue: toute annonce à marge perdue doit être conçue de façon à pouvoir être imprimée sur une page de droite ou de gauche du magazine. L'éditeur se réserve le droit de rogner le film de 3/16", de chaque côté des annonces à marge perdue, pour en arriver au format fini du magazine.
Marge perdue: 15% de supplément.
Pas de frais additionnel pour marge perdue centrale, pour annonce sur 2 pages, lorsque les marges extérieures sont respectées.

Page ou position spécifiées
Position réservée: 20% de supplément (pages complètes seulement).

Couverture	1 fois	6 fois	13 fois
	$	$	$
2e-3e couv.	2 075	1 970	1 905
4e couv.	2 210	2 100	2 035

Couverture	26 fois	39 fois	52 fois
	$	$	$
2e-3e couv.	1 820	1 760	1 660
4e couv.	1 945	1 875	1 770

Pages couvertures: non annulables.

Réservations et heures de tombée
Date de fermeture: réservation 5 semaines précédant la date de publication et le matériel doit être fourni à Montréal 4 semaines, avant la date de publication. Aucune annulation ne sera acceptée après 17 h ce jour-là. Les pellicules offset, ainsi que le matériel artistique « prêt pour la caméra », devront être reçus au plus tard 3 semaines précédant la date de publication.

Précisions typographiques
Imprimé par web offset rotatif: broché.
Hauteur de colonne: 140 lignes x 3 (420 lignes par page).
Page avec marge: 7" de largeur x 10" de hauteur.
Surface d'impression: 8⁹⁄₁₆" de largeur x 10⅞" de hauteur.
Page double (spread): 15" de largeur x 11⅛" de hauteur.
Page à marge perdue (bleed): 8⁹⁄₁₆" de largeur x 11⅛" de hauteur.
Page double à marge perdue (bleed): 16⅝" de largeur x 11⅛" de hauteur.

Unité	Largeur	Hauteur
2/3 p.	4⅞"	10"
1/2 p. double	15½"	4⅞"
Page-jr	4⅞"	7½"
1/2 p. vt	3⅜"	10"
1/2 p. hz	7"	4⅞"
1/3 p. car.	4⅞"	4⅞"
1/3 p. vt	2¼"	10"
1/4 p.	3⅜"	4⅞"
1/6 p.	2¼"	4⅞"

Marge perdue

Unité	Largeur	Hauteur
2/3 p.	5⅜"	11⅛"
1/2 p. double	16¾"	5⅜"
Page-jr	5½"	8⅛"
1/2 p. vt	4¼"	11⅛"
1/2 p. hz	8⁹⁄₁₆"	5⅜"
1/3 p. car.	5⅜"	5⅜"
1/3 p. vt	3⅛"	11⅛"
1/4 p.	–	–
1/6 p.	–	–

Voir à ce que le texte du matériel publicitaire se situe à au moins 1/4" des bords de l'annonce. L'éditeur se réserve le droit de couper jusqu'à 1/4" d'un côté ou de l'autre des pages à marge perdue (ou des 2/3 de page), afin de compenser pour la page de droite (ou de gauche, le cas échéant). Quatre couleurs: en plus des films et des négatifs à trame précise, on doit fournir un jeu d'épreuves progressives et deux épreuves finales, trame de 133 pour le jaune, de 120 pour le rouge, le noir et le bleu. Les croix de visée doivent apparaître sur chacun des coins extérieurs de chaque film, et ce pour chacune des couleurs.

Modalités de paiements
Agences: 15% des sommes facturées pour l'espace, la couleur, la marge perdue et la position (versée aux agences reconnues). Il ne sera payé aucune commission sur les autres item facturés, à savoir les coûts de production, de reproduction, etc.
Termes: 30 jours net. Escompte au comptant: 2% du coût net, si payé avant le dixième jour du mois suivant la date de la facturation. Les comptes sont payables au siège social du représentant publicitaire en devises canadiennes.

Divers
Le Lundi n'est pas responsable des numéros de repérage erronés. Les annonceurs et les agences de publicité ne peuvent tenir le Lundi responsable de n'avoir pas inséré, pour quelque raison que ce soit, leur matériel publicitaire. Les tarifs pourront être augmentés sans préavis. Les contrats « ouverts », qui ne spécifient ni l'espace requis ni le rythme de parution, seront acceptés, à la condition expresse qu'une augmentation subséquente des tarifs puisse leur être appliquée. L'éditeur ne reconnaît pas l'obligation de se soumettre aux conditions, écrites ou autres, qui pourraient se trouver sur les contrats ou le matériel publicitaire, si lesdites conditions entrent en conflit avec les politiques définies par cette carte de tarifs. L'éditeur ne sera pas responsable de la qualité de reproduction, ni de l'exactitude de la couleur des annonces en quatre couleurs, à moins que l'annonceur ne lui fournisse un jeu d'épreuves progressives. Le matériel soumis par l'annonceur devra être réclamé à l'éditeur, dans les douze mois qui suivent la réception du bon d'insertion. Si non réclamé, le matériel sera alors détruit. Si la première insertion prévue par contrat n'est pas utilisée pendant les

deux mois qui suivent la signature du contrat et si, entre-temps une nouvelle carte de tarifs a été émise, les nouveaux tarifs seront automatiquement appliqués. L'éditeur se réserve le droit de refuser, à son gré, toute annonce publicitaire. L'annonceur ou l'agence de publicité assume la responsabilité légale de l'ensemble du contenu (soit le texte, les illustrations et la disposition) de l'annonce, ainsi que celle de toute poursuite contre le Lundi.
Aucune annulation d'espace ne sera acceptée dans le cas où l'annonceur ou l'agence de publicité aura fourni le matériel publicitaire après la date de fermeture.
L'espace réservé pourra être facturé à l'annonceur ou à l'agence de publicité, si le matériel expédié n'est pas conforme aux exigences de cette carte de tarif.
Livraison de matériel: les bons d'insertion et le matériel nécessaire doivent être expédiés directement au service de production de Jean McGown et Associés, 785, Avenue Plymouth, bureau 310, Ville Mont-Royal, H4P 1B3

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
116 549

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,9%

2480

MADAME AU FOYER

SDA/AMC

IDENTIFICATION
Mensuel (10 numéros/an)
Édité en français par Les Communications Comac Ltée
2020, avenue Université, bureau 427
Montréal
H3A 2A5
Téléphone: (514) 288-3211
Petit format
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 15$/2 ans ou 20 numéros

Personnel de direction
Éditeur: Edward H. Gettings
Directeur à la rédaction et aux services de marketing: Jeffery W. Shearer
Nom des éditions: Homemaker's Magazine, édition anglaise

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef:
Pierrette Laberge-Ferth
Rédactrice gérante:
Jane Gale Hughes

PUBLICITÉ
Personnel
Gérant national des ventes: Harold White
Directeur des ventes, région de l'Est:
Chris Hacker
Publicitaire: Marvin Boisvert

Tarifs publicitaires
Carte No 20 en vigueur depuis février 1981

Annonce courante
Page 4 couleurs (bords vifs sans frais

Unité	Édition nationale tir: 1 625 000	Édition française (Québec) tir: 288 000	Édition anglaise Est du Canada tir: 924 500
	$	$	$
1 à 4 unités	19 460	4 810	12 895
5 à 9 unités	18 830	4 665	12 510
10 à 14 unités	18 245	4 520	12 120
15 à 19 unités	17 275	4 280	11 475
20 à 29 unités	16 305	4 040	10 830
30 à 39 unités	15 140	3 750	10 060
40 à 49 unités	13 975	3 465	9 285
50 unités et plus	12 615	3 125	8 380
Valeur de remise	1 unité	1/4 unité	3/4 unité

Escompte ou prix réduit
Annonce double page: double du tarif de page, moins 10%.
L'ADP compte pour deux fois la valeur d'unité de remise qui s'applique.
Pages consécutives: pour trois pages consécutives, 15% de remise. Pour quatre ou plus, 20% de remise.
Remises multiples: lorsque plusieurs remises s'appliquent, la ou les remises supplémentaires se calculent sur le solde net établi pour la remise précédente. le total des remises gagnées, par numéro, ne peut pas excéder 45% du tarif brut pour 1 à 4 unités.
Unités de remise: chaque édition donne droit à une remise. Les annonceurs peuvent combiner les unités fractionnaires de remise pour tirer le maximum de remise sur les unités plus importantes.
Néanmoins, les unités plus importantes ne peuvent être fractionnées en un plus grand nombre de petites unités pour obtenir une remise plus forte sur les unités plus petites.

Catégories particulières d'annonces
Tirages partagés spéciaux: marché d'essai, numéros spéciaux, ville unique, autres régions: tarifs fournis sur demande.

Coupons hors-texte 4 couleurs	Édition nationale	Édition française	Édition anglaise Est du Canada
	$	$	$
accompagnant une annonce (annonce à part)	19 410	4 810	12 895

Éléments innovateurs spéciaux: annonces en damier, annonces verticales ou horizontales d'une demi-page en opposition, encarts abattants, abattants de pages de couverture et autres éléments innovateurs spéciaux, à la demande. Tarifs à établir.
Coupons de rabais: coupons en hors-texte: Des coupons quadrichromes en matériel à cartes disponibles dans toutes les éditions. Les tarifs indiqués couvrent les frais d'impression, d'insertion et d'espace pour un coupon de 5⅜ x 2½ (136mm x 63mm). Tarifs fournis sur demande, pour les coupons-réponses, les coupons de plus grande taille et de taille IBM (mini). Aux fins de remise, les coupons correspondent à des unités ou à des portions d'unité.
Exclusivité: l'exclusivité de catégorie des produits peut être réclamée pour les coupons en hors-texte, mais pas pour les bons imprimés dans le texte.
Emplacement des coupons: 50% des coupons se trouvent placés en haut du livret et 50% à la partie inférieure.
Coupons isolés: un nombre de coupons isolés, c'est-à-dire sans annonce d'accompagnement, peuvent être acceptés moyennant une prime de 25% ajoutée au tarif courant des coupons accompagnant une annonce.
Livrets hors-texte en quadrichromie: brochures détachables, dans une diversité de présentations et de formats. Coût communiqué sur demande pour les livrets et les tirés à part.
Commandes acceptées dans l'ordre de réception. Annulation refusée après réception de la commande ferme.
Unités d'idées de produits: les unités des idées de produits sont des unités de publicité sous forme d'articles de fond, destinées à aider le lecteur à planifier ses menus, à faire le choix des produits et le marché de la semaine pour la famille. Ces unités, d'un format normalisé de⅓ de page, présentent une illustration du produit en quatre couleurs, accompagnée d'un texte publicitaire prenant la forme d'un article de fond. Voir les nécessités mécaniques spéciales relativement aux exigences de rédaction des unités d'idées de produit, sous la rubrique « Renseignement généraux ».
Disponibles seulement dans les versions anglaise et française de l'édition nationale, les U.I.P. doivent recevoir l'approbation préalable de l'éditeur.
Édition nationale: 6 140$, édition anglaise: 4 935$; édition française: 1 855$.
Annonces spéciales: pleine page, en quadrichromie, dans 16 publications régionales. Les tarifs s'appliquent pour quatre couleurs et pour deux couleurs. Annonces en noir et blanc acceptées, en nombre limité, avec remise de 15% sur le tarif des annonces en quadrichromie. Clichés à bords vifs offerts sans frais supplémentaires.

Page ou position spécifiées
Supplément pour les couvertures: dernière page de couverture, ajouter 1 940$, brut (anglais seulement, 1 705$, français 425$)
Deuxième et troisième couvertures, 975$, brut (anglais seulement, 855$, français 215$). Pas de remise sur les suppléments de couvertures.

Réservations et heures de tombée
Numéros de 1981

Numéros	Date de parution	Date de tombée, commande avec texte et illustrations
Janvier/février	5 janvier	31 octobre
mars	23 février	19 décembre
avril	23 mars	16 janvier
mai	27 avril	20 février
juin	25 mai	20 mars
juillet-août	13 juillet	8 mai
septembre	24 août	19 juin
octobre	28 septembre	24 juillet
novembre	26 octobre	21 août
décembre	23 novembre	18 septembre

Réservations: les annulations de commandes fermes, pour annonces ordinaires et d'unités d'idée de produit, sont inacceptables, à moins de 14 jours de la date de tombée de la commande d'insertion pour un numéro particulier. Pour les coupons, annulation impossible, à moins de 30 jours de la date de tombée de la commande d'insertion. Pénalité de 280$ par jour de retard à fournir le matériel, sauf entente préalable avec l'éditeur.

Précisions typographiques

Pleine page: fournir un jeu de positifs définitifs contrastés, couleurs séparées et corrigées, trame de 133 lignes pour le jaune, de 120 pour les autres couleurs. Un autre jeu complet, si l'annonce doit paraître également dans Madame au Foyer.
Identifier chaque film, comme version française ou anglaise.
Dimension de rognage: largeur de 5½" x profondeur de 7⅜" (139mm x 187mm). Tenir à 1/4" du bord (6mm) tout ce qui est d'importance critique, dans le texte ou sur l'illustration.
Marge: ménager une marge de 1/4" (6mm) tout autour des illustrations et des films.
Annonce double page: soumettre comme unités de page simple, avec marques de cadrage sur chaque unité.
Coupons en hors-textes: fournir un jeu de positifs définitifs contrastés, couleurs séparées et corrigées, trame de 133 lignes.
Identifier chaque film comme version française ou anglaise, et comme recto ou verso.
Dimension de rognage: largeur de 5⅜" x profondeur de 2½" (136mm x 63mm). Tenir à 1/4" du bord (6mm) tout ce qui est d'importance critique, dans le texte ou l'illustration.
Marge: ménager une marge de 1/4" (6mm) tout autour des illustrations et des films.
Couleurs: les coupons sont en quadrichromie seulement.
Position: 50% des coupons placés à la hauteur du sommet des pages, 50% au bas.
Nécessités de production: procédé: tous les positifs doivent convenir à l'impression offset sur rotatives, grande vitesse, en multichromie, sur papier à trame.
Épreuves: utiliser les spécifications normalisées mac pour revoir les épreuves. Joindre aux positifs 1 jeu d'épreuves progressives et trois épreuves finales de chaque édition.
Repris de couleurs exigés pour chaque jeu d'épreuves. Épreuves côte à côte seulement.
Rotation des couleurs: jaune, rouge, b'eu, noir.
Émulsion: fournir les positifs de films, côté émulsion, au verso, à la lecture à l'endroit.
S'assurer que les marques de cadrage permettent d'obtenir la marge nécessaire, lorsque la page est en position; il sera autrement nécessaire, pour obtenir la marge voulue, de faire un double du film et de replacer les lignes de repère aux frais du client. Les marques de repère doivent être centrées par rapport aux quatre bords de chaque film, pour chaque couleur. Le service de production de Homemaker's – Madame au Foyer fournira, sur demande, les spécifications détaillées concernant le papier des épreuves, les encres, les densités, etc.
Préparation: l'éditeur préparera des films positifs à trame séparée, à partir des illustrations originales fournies par le client, et il présentera au client une facture séparée pour ce travail exécuté en son nom. Si des épreuves scotchprint sont fournies, une facture séparée sera établie pour le coût de la transformation.
Frais de séparation: si l'éditeur fournit les films positifs à partir des illustrations fournies par le client, il présentera une facture, établie sur les tarifs suivants qui s'appliquent.
Transformation en noir seulement, pour le français: supplément 250$
Chaque transparent supplémentaire: 250$
Transformation de scotchprint, anglais et français: 305$.
Transformation en noir seulement, pour le français: supplément 250$
Modification à une illustration, pour le français: supplément 415$
Les tarifs qui précèdent, ne comprennent pas les frais de tirage séparé des épreuves ou d'une gamme d'épreuves trichromes.
Unités d'idées de produits: pour tirer profit du degré de lecture élevé et des conditions incomparables de rédaction du magazine, les annonceurs doivent se plier aux nécessités suivantes.
Employer un titre non publicitaire, de venue générale, sans mention de nom de marque, pour décrire ou donner l'idée que le message relatif à un produit se classe comme un service à la clientèle.
Employer, à l'arrière-plan, une illustration ou une photo directement reliée à la fonction ou à l'emploi du produit.
Rédiger le texte de façon non publicitaire et factuelle, sans insérer l'emblème de marque du produit, mais seulement son nom de marque, qui ne doit pas être de couleur, taille ou type différents du reste du texte.
Le corps du texte ne doit pas dépasser 14 lignes de 50 caractères, en Stymie Light de 9 points (190 J), à la largeur de 16 picas.
Il faut, de toute nécessité, préserver l'apparence d'article de fond dans le but de maintenir l'intérêt du lecteur à cette section. La Direction du magazine se réserve le droit de refuser toute unité de 1/3 de page qui n'est pas conforme à ces exigences.
Nécessités mécaniques et coûts:
dimensions finies de 5½" x 2½" (139mm x 63mm). Tenir tout détail essentiel à plus de 1/4" (6mm) des bords. Surface de l'illustration, largeur de 2" (50mm), profondeur de 1¾" (44mm).
Transparent d'illustration (1 seul): 2¼" x 2¼" (57mm x 57mm) ou 4" x 5" (101mm x 127mm), taillé à la dimension réelle aux fins de séparation et de reproduction. Tous transparents tirés et séparés au même réglage de mise au point. En cas de besoin de réduction ou d'agrandissement, les frais supplémentaires seront réclamés du client. Toutes les photos et les transparents doivent être tirés sans arrière-plan.
Illustrations: le client doit fournir toutes illustrations mécaniquement séparées prêtes à la photographie, « dimension réelle » avec photostat du transparent sur l'illustration pour déterminer la position précise. Épreuves de reproductions claires et nettes, en position exacte, sur acétates, avec 3 épreuves de reproduction supplémentaires séparées.
Texte: le corps du texte ne doit pas excéder 14 lignes de 50 caractères en Stymie Light de 9 points (190J) à la largeur de 16 picas.
En-tête: 1 ligne en Stymie Heavy de 12 points, à la largeur de 17 picas.
Transformation en noir pour le français, supplément de: 120$
Transparent modifié, pour le français: 395$
Modification pour produit régional, par transparent: 395$
Impression de type « C » ou illustrations en couleurs sur transparent, supplément de: 240$
Lorsque les annonces spéciales, les coupons ou les unités d'idée de produit ne sont pas conformes aux spécifications qui précèdent, les prix en seront établis séparément et fournis.
Les chiffres précités sont nets, et ils ne donnent pas lieu à une commission d'agence.

Modalités de paiement

Commission de 15% accordée aux agences reconnues. Escompte de caisse de 2% du prix net, pour paiement dans les 10 jours de la date de facturation. Le prix net est dû dans les 30 jours suivant la date de facturation. Les comptes en souffrance sont passibles de frais d'intérêt au taux de 1½% par mois. Les factures doivent être réglées au bureau de l'éditeur, en monnaie canadienne

Divers

Réservations d'espace: se référer au calendrier des dates de parution et de tombée, pour les dates limites de la remise des commandes d'insertion et du matériel de la publicité. Aucune annulation de commandes fermes de publicité ne peut être acceptée, à moins de 14 jours de la date de tombée des commandes d'insertion. Aucune annulation de coupons, à moins de 30 jours de la date de tombée de la commande d'insertion. Même délai pour les couvertures. Il faut identifier, comme tels, la publicité régionale et les coupons, sur le contrat ou sur la commande d'insertion, pour éviter qu'ils ne soient insérés dans l'édition nationale et facturés en conséquence au tarif national.
Les tarifs et les conditions indiqués sur la présente carte s'appliquent à tous contrats de publicité ou commandes d'insertion reçus par l'éditeur; si aucun contrat n'est reçu, la facture à l'annonceur sera établie au tarif de l'insertion unique, les remises étant calculées en conséquence.
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter les tarifs de la publicité ou de changer les dates de livraison pour n'importe quel numéro, moyennant préavis donné par écrit 30 jours avant la date de tombée de la commande d'insertion pour le numéro.
Cette réserve s'applique à tous les contrats et commandes d'insertion. Lorsque le texte publicitaire fourni n'est pas conforme aux exigences mécaniques et de date limite, l'éditeur impose des frais pour le retard ou pour le travail supplémentaire de production qui s'ensuit. Les annonceurs et les agences de publicité assument la responsabilité de tout le contenu (ce qui comprend le texte, les représentations et les illustrations) des annonces imprimées, de même que la responsabilité de toutes réclamations faites à l'endroit de l'éditeur, en raison de leur publication. L'éditeur ne peut assumer aucune responsabilité pour publication. L'éditeur ne peut assumer aucune responsabilité pour défaut de publier n'importe quelle annonce, pour quelque cause que ce soit.
L'éditeur n'assumera de responsabilité d'aucune sorte, pour avoir manqué de publier ou de faire la distribution de tout numéro, en totalité ou en partie, en raison de grèves, d'arrêts de travail, d'accidents, d'incendie, de force majeure, de n'importe quelle autre circonstance indépendante de sa volonté.

Les conditions imprimées dans les contrats ou les commandes d'insertion, qui viennent en conflit avec les stipulations du présent tarif, ne lient pas l'éditeur.
Les petites annonces ne sont pas acceptées.
Tous les textes publicitaires doivent être soumis à l'approbation de l'éditeur.
L'éditeur détruira tout film non réclamé, après deux années écoulées suivant la dernière utilisation.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires gratuits
288 000
Organisme de certification de tirage
SDA, division de CCAB

2490

MAIGRIR ET RESTER BELLE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1978, publié vers le 15 du mois
Édité en français par Les Éditions Pothier-Roy Inc.
3820, boul. Sainte-Rose
Laval
H7P 5B9
Téléphone: (514) 622-5530
Format: revue
Coût du numéro: 1,95$ (en kiosque)
Coût de l'abonnement: 18$/an

Personnel de direction
Président-directeur général:
Guy Pothier

INFORMATION
Moment de tombée
30 jours avant la publication

Personnel
Rédacteur en chef: Roger Gagné

PUBLICITÉ
Personnel
Publicité: Maurice Landry

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er juillet 1979

Annonce courante

Format	1 ins.	3 ins.	6 ins.
	$	$	$
1 page	975	950	915
2/3 page	725	705	675
1/2 page	555	545	515
1/3 page	435	425	410
1/4 page	335	325	310
1/6 page	240	235	225
1/6 page	240	235	225
1/8 page	190	180	170

Format	9 ins.	12 ins.
	$	$
1 page	850	770
2/3 page	630	565
1/2 page	485	440
1/3 page	380	345
1/4 page	275	245
1/6 page	225	210
1/6 page	210	190
1/8 page	165	145

Annonce couleur
4 couleurs « process » par page: 450$

Catégories particulières d'annonces
Encarts: prix sur demande
Possibilité d'insertion et d'encartage: détails sur demande
Aucun frais additionnel pour page double consécutive, exception faite du 10% additionnel, si l'annonce est à marge perdue. Annonce à marge perdue: 10% additionnel.

Page ou position spécifiées
Couvertures (non annulable)

Couverture	1 ins.	3 ins.	6 ins.
	$	$	$
2ième et 3ième couv.	1 200	1 150	1 100
4ième couverture	1 400	1 350	1 300

Couverture	9 ins.	12 ins.
	$	$
2ième et 3ième couv.	1 025	925
4ième couverture	1 200	1 100

Position spéciale: 20% additionnel

Réservations et heures de tombée
30 jours avant publication

Précisions typographiques
Imprimé web offset
Trame: 120
Broché à cheval
Film: négatif
Hauteur de colonne: 140 lignes agate
Nombre de colonnes: 2 ou 3 col.
1 espace de 3 col: 2 9/16"
2 espaces de 3 col: 4 13/16"
1 espace de 2 col: 3 1/2"
1 page: 7 1/4" x 10"
2/3 page: 4 13/16" x 10" ou 7 1/4" x 6 5/8"
1/2 page: 3 1/2" x 10" ou 7 1/4" x 5"
1/3 page: 2 9/16" x 10" ou 7 1/4" x 3 5/8"
1/4 page: 3 1/2" x 5" ou 7 1/4" x 2 1/2"
1/6 page: 2 9/16" x 5"
1/8 page: 3 1/2" x 2 1/2"
Dimension des pages:
page totale rognée: 8 3/8" x 10 7/8"
Annonce page complète encadrée: 7 1/4" x 10" hauteur
Annonce à marge perdue: 8 1/2" x 11 1/8"
2 pages consécutives à marge perdue: 17" x 11 1/8"
Pour le noir et blanc, fournir le montage original fini à la dimension de l'annonce ou en proportion pour être agrandi à la dimension finale de l'annonce.

Modalités de paiements
Escompte de 2% si payé en 10 jours.
Net 30 jours.

Divers
L'éditeur peut modifier les tarifs de ce contrat, sur préavis de 30 jours.
L'annonceur pourra annuler son contrat, en vertu de cette clause, sans ajustement de tarif.
Le nouveau tarif en vigueur sera toujours applicable dans le cas d'une première insertion qui n'aurait pas été effectuée dans les 2 mois suivant la date du contrat.
L'annonceur ne tient pas les Éditions Guy Pothier Inc. responsable de toute non insertion éventuelle d'une annonce, quel qu'en soit la cause.
L'éditeur s'engage, sans autre responsabilité, à apporter une correction équivalente à la grandeur d'espace où l'erreur s'est produite.
L'annonceur assume la responsabilité de la publication de son annonce ainsi que la responsabilité de toutes réclamations à l'encontre de l'éditeur dont il pourrait éventuellement faire l'objet.
Publi-reportage: tarif sur demande.
L'annonceur pourra récupérer tout son matériel de production publicitaire, dans le 6 mois suivant la date d'insertion.

2500

NOUS

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1973, publié le 1er du mois
Édité en français par Les Publications Expresses MF Inc.
465, DesLauriers
Ville Saint-Laurent
H4N 1W2
Téléphone: (514) 332-3164
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 20$/an; 38$/2 ans
À l'étranger: 23$/an

Personnel de direction
Éditeur: Maurice Favreau
Directrice générale: Suzanne Murray

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef: Monique Provencher

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité nationale:
Pierre Leduc
Publicitaire: Lisette Bergeron

Tarifs publicitaires
Carte No 6 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante
Noir et blanc

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	1 950	1 850	1 780	1 660
2/3 page	1 460	1 380	1 305	1 195
page junior	1 245	1 180	1 120	1 060
1/2 page	1 150	1 075	1 040	965
1/3 page	795	750	710	640
1/6 page	465	440	415	375

24 fois – pleine page seulement: 1 390$

Annonce couleur
4 couleurs

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	2 890	2 790	2 685	2 550
2/3 page	2 050	1 980	1 890	1 820
page junior	1 751	1 630	1 550	1 510
1/2 page	1 575	1 530	1 465	1 415
1/3 page	1 130	1 075	1 050	1 010
1/6 page	750	740	690	660

24 fois – pleine page seulement: 2 430$
Noir et 1 couleur (process):
20% en sus du tarif d'une annonce en noir et blanc
Noir et 2 couleurs (process): 20% et 15% en sus du tarif d'une annonce en noir et blanc

Catégories particulières d'annonces
Marge perdue: aucun supplément
Encarts: tarifs sur demande

Page ou position spécifiées

Couverture	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	4
Page intérieure	3 425	3 210	3 090	2 935
Dos	3 615	3 490	3 360	3 190

Position préférentielle: 10% de plus, sur le tarif de l'espace

Réservations et heures de tombée
30 jours avant la parution

Précisions typographiques
Imprimé sur web offset rotatif, broché
Surface d'impression: 8 3/16 de largeur x 10 7/8 de hauteur

Unité	Largeur	Hauteur
Page double (spread)	15	10
1 page	7	10
2/3 page	4 5/8	10
1/2 page double	15	4 7/8
Page junior	4 5/8	7 1/2
1/2 page horiz.	7	4 7/8
1/2 page verti.	3 1/8	10
1/3 page carrée	4 5/8	4 7/8
1/3 page verti.	2 1/4	10
1/3 page horiz.	7	3 1/4
1/6 page	2 1/4	4 7/8

	Marge perdue	
	Largeur	Hauteur
Page double (spread)	16 5/8	11 1/8
1 page	8 1/8	11 1/8
2/3 page	5 1/8	11 1/8
1/2 page double	16 5/8	5 5/8
Page junior	5 1/2	7 7/8
1/2 page horiz.	8 1/8	5 5/8
1/2 page verti.	4 1/4	11 1/8
1/3 page carrée	–	–
1/3 page verti.	3 1/8	11 1/8
1/3 page horiz.	8 1/8	3 7/8
1/6 parge	–	–

Modalités de paiements
15% de commission allouée aux agences de publicité reconnues.
Un intérêt de 1½% par mois sera facturé pour tout compte impayé 30 jours après publication. Toute commande de publicité de détail est payable à la date de tombée, ou au moment de la signature d'un bon d'insertion, sauf si une limite de crédit a été convenue avec l'éditeur. Les comptes sont payables au siège social de l'éditeur en monnaie canadienne.

Divers
Voir à ce que le texte du matériel publicitaire se situe à au moins 1/4" des bords de l'annonce. L'éditeur se réserve le droit de couper jusqu'à 1/4 d'un côté ou de l'autre des pages à marge perdue (ou des 2/3 de page) afin de compenser pour la page de droite (ou de gauche, le cas échéant).
4 couleurs: en plus des films et des négatifs à trame précise, on doit fournir un jeu d'épreuves progressives et 2 épreuves finales, trame de 133 lignes maximum, point dur. Lecture directe par émulsion vers le bas. Les croix de visée doivent apparaître sur chacun des coins extérieurs de chaque film, et ce pour chacune des couleurs d'encre.
2 couleurs /blanc et noir: films négatifs trame de 100 et 120 ou 2 épreuves de reproduction pour chacune des couleurs, prêtes pour la caméra.
Livraison du matériel
Les bons d'insertion et le matériel nécessaire doivent être expédiés directement à NOUS, 465, Deslauriers, Ville Saint-Laurent, Québec, H4N 1W2.
Généralités
Les annonceurs et les agences de publicité ne peuvent tenir NOUS responsable de n'avoir pas inséré, pour quelque raison que ce soit, leur matériel publicitaire. Les tarifs pourront être augmentés sans préavis.
Les contrats « ouverts », qui ne spécifient ni l'espace requis, ni le rythme de parution, seront acceptés à la condition expresse qu'une augmentation subséquente des tarifs puisse leur être appliquée. L'éditeur ne se reconnaît pas l'obligation de se soumettre aux conditions, écrites ou autres, qui pourraient se trouver sur les contrats ou le matériel publicitaire, si lesdites conditions entrent en conflit avec les politiques définies par cette carte de tarifs.
L'éditeur ne sera pas responsable de la qualité de reproduction, ni de l'exactitude de la couleur des annonces en 4 couleurs, à moins que l'annonceur lui fournisse un jeu d'épreuves progressives. Le matériel soumis par l'annonceur devra être réclamé à l'éditeur dans les 12 mois qui suivent la réception du bon d'insertion. Si non réclamé, le matériel sera alors détruit. Si la première insertion prévue par contrat n'est pas utilisée pendant les 2 mois qui suivent la signature du contrat et si, entretemps, une nouvelle carte de tarifs a été émise, les nouveaux tarifs seront automatiquement appliqués. L'éditeur se réserve le droit de refuser, à son gré, toute anonce publicitaire. L'annonceur ou l'agence de publicité assume la responsabilité légale de l'ensemble du contenu (soit le texte, les illustrations et la disposition) de l'annonce, ainsi que celle de toute poursuite contre NOUS.
Aucune annulation d'espace ne sera acceptée dans le cas où l'annonceur, ou l'agence de publicité, aura fourni le matériel publicitaire après la date de fermeture.
L'espace réservé pourra être facturé à l'annonceur ou à l'agence de publicité, si le matériel publicitaire expédié n'est pas conforme aux exigences de cette carte de tarifs.
NOUS n'est pas responsable des numéros de repérage erronés.
Service de production
L'éditeur dispose d'un service de production de matériel publicitaire et peut, sur demande, soumettre à ses clients des estimés de coûts pour fin d'approbation. Les annonceurs, qui désirent utiliser ce service, devront assumer la responsabilité de remettre leur matériel, dûment approuvé par eux, aux dates indiquées par l'éditeur. Lorsque l'éditeur devra effectuer des changements au matériel publicitaire déjà complété et préparé ou non par l'éditeur, tout changement sera facturé au client.
Approbation de composition
L'éditeur se réserve le droit d'accepter ou de refuser tout matériel publicitaire tant au niveau du contenu qu'à son apparence, et cela à son entière discrétion.
Considérations éditoriales
Il est clairement entendu et accepté que la publicité et le contenu éditorial sont indépendants et qu'aucune considération éditoriale ne fera partie du contrat de vente publicitaire.
Annulation
Aucune annulation d'espace ne sera acceptée après la date de fermeture.

2510

P.S. POST-SCRIPTUM

IDENTIFICATION
Mensuel publié le 1er de chaque mois
Édité en français par Cobaro Inc.
1255, Carré Phillips, bureau 407
Montréal
H3B 3G1
Téléphone: (514) 879-1114
Format: revue
Coût du numéro: 1,50$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an
Étranger: 15$/an

Personnel
Éditeur et directeur: Jean-V. Baltayan

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Georges Vigny

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
John McGown et Associés
785, Plymouth, bureau 310
Ville Mont-Royal
H4P 1B3
Téléphone: (514) 735-5191

Personnel
Responsable de la publicité: Jean-V. Baltayan

Tarifs publicitaires
Carte No 1A en vigueur depuis septembre 1980

Annonce courante

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	1 475	1 400	1 350	1 275
2/3 page	1 175	1 125	1 075	1 025
1/2 page « îlot »	1 145	1 085	1 045	990
1/2 page	995	945	910	860
1/3 page	850	790	735	675
1/6 page	480	445	410	380

Annonce couleur
Standard ICA-AAAA par couleur, par page: 150$ additionnel
4 couleurs (process), par page: 400$
Couleur spéciale, par page: 190$

Catégories particulières d'annonces
Marge perdue: 15% de supplément par page.
Encarts: nombre limité accepté. Prix et conditions sur demande.

Page ou position spécifiées
Couvertures*

Couverture	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
2e et 3e couvertures	2 250	2 150	2 100	1 995
4e couverture	2 650	2 500	2 425	2 325

* Les engagements relatifs aux couvertures ne peuvent pas, en principe, être remis en question.

Position et préférence de page, 25% de supplément sur l'espace et la couleur.

Réservations et heures de tombée
Réservation 4 semaines précédant la date de publication et le matériel doit être fourni à Montréal, 3 semaines avant la date de publication. Aucune annulation ne sera acceptée passé la date de clôture. Les pellicules offset ainsi que le matériel artistique - prêt pour la caméra - devront être reçus au plus tard, 3 semaines précédant la date de publication.

Précisions typographiques
Imprimé par procédé offset rotatif (web offset)
Dimensions des différentes unités

Unité	Largeur	Hauteur
page avec marge dimensions de la page	8¼	10⅞
page double (spread)	15	10⅞
page à marge perdue (bleed)	8⅝	11⅛
page double à marge per.	16¾	11⅛
2/3 page	4⅝	10
1/2 page îlot	4⅝	7½
1/2 page verticale	3⅝	10
1/2 page horizontale	7	4⅞
1/3 page carrée	4⅝	4⅞
1/3 page verticale	2¼	10
1/6 page	2¼	4⅞

Garder les textes des annonces à marge perdues à l'intérieur d'une marge de 1/4 au moins, tout autour de la page. Pour les annonces en couleurs, en plus des négatifs, à lecture à l'endroit, émulsionnés au verso, envoyer un jeu d'épreuves progressives et 2 épreuves finales.
Trame: 100-120

Modalités de paiements
Une commission de 15% sera versée aux agences de publicité reconnues sur les sommes facturées pour l'espace, la couleur, la marge perdue et la position.
Aucune commission ne sera versée sur les coûts de production, de reproduction, etc.
Termes: 30 jours net.
Un escompte de 2% sera consenti sur le paiement d'une facture, moins de 10 jours après son envoi.
Les comptes sont payables au siège social de P.S. en devises canadiennes.
L'agence de publicité et l'annonceur sont conjointement et solidairement responsables du paiement de factures.

Divers
Responsabilités de l'annonceur
L'annonceur et l'agence de publicité assument la responsabilité légale de l'ensemble du contenu (soit le texte, les engagements et les illustrations) des annonces, ainsi que celle de toute poursuite contre l'éditeur. L'éditeur se réserve le droit de refuser toute annonce publicitaire qu'il juge non conforme à ses critères. Les tarifs pourront être augmentés sans préavis. Les contrats ouverts, qui ne spécifient ni l'espace requis ni le rythme de parution, seront acceptés, à la condition qu'une augmentation subséquente des tarifs puisse leur être appliquée, avec un préavis de 2 mois. L'éditeur ne reconnaît pas l'obligation de se soumettre aux conditions, écrites ou autres, qui pourraient se retrouver sur les contrats ou le matériel publicitaire, si lesdites conditions entrent en conflit avec les politiques définies par cette carte des tarifs. L'éditeur ne sera pas responsable de la qualité de reproduction ni de l'exactitude de la couleur des annonces, à moins qu'un jeu d'épreuves progressives lui soit fourni. Le matériel soumis devra être réclamé dans les 12 mois suivant sa publication. Le cas échéant, le matériel sera détruit.
Bons d'insertion et matériel
Les bons d'insertion et le matériel nécessaire doivent être expédiés directement au service de production de P.S. (Post-Scriptum), 1255, Carré Phillips, bureau 407, Montréal, Québec, H3B 3G1.

2520

QUÉBEC SCIENCE

ABC/AEPC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1962, publié le premier de chaque mois
Édité en français par Les Presses de l'Université du Québec
2875, boul. Laurier
Sainte-Foy
G1V 2M3
Téléphone: (418) 657-2426, Télex: 051-3488
C.P. 250
Sillery
G1T 2R1
Format: revue
Coût du numéro
Canada: 2,50$
Étranger: 3,00$
Coût de l'abonnement
Canada
Régulier: 21$/an (12 numéros)
Spécial: 38$/2 ans (24 numéros)
Groupe 10 et plus: 19$/an
Étranger
Régulier: 28$/an (12 numéros)
Spécial: 51$/2 ans (24 numéros)

Personnel de direction
Éditeur et directeur général:
Jean-Marc Gagnon
Éditeur adjoint: Jean-Pierre Rogel

INFORMATION
Moment de tombée
55 jours avant la parution

Personnel
Rédacteur en chef: Jean-Pierre Rogel
Adjointe à la rédaction: Diane Dontigny
Journalistes:
André Délisle
Yanick Villedieu
Claude de Launière
Luc Chartrand

PUBLICITÉ
Personnel
Administration et ventes: Gilles Lachance
Publicitaires:
Marie Prince (institutions)
Gaston Paradis (industries et commerces)

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unités	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	1 095	1 000	920	805
2 pages (spread)**	2 120	1 945	1 730	1 490
2 pages côte à côte (non au centre)	1 925	1 775	1 575	1 350
3/4 page	885	805	710	615
2/3 page	805	710	640	560
1/2 page	695	640	585	545
1/3 page	485	435	400	335
1/4 page	420	380	335	290
1/6 page	290	260	225	195

** 2, 3 ou 4 couleurs seulement

Annonce couleur
ICA-AAAA standards: 75$ la fois, en sus
2 pages côte-à-côte: 125$ la fois, en sus
Quadrichromie: 300$ la fois, en sus
2 pages côte-à-côte: 500$ la fois, en sus

Catégories particulières d'annonces
Encarts
Un encart est une brochure entièrement réalisée, indépendamment du magazine, et qui est ajoutée (brochée) au centre du magazine.

Nombre de pages	Coût total	Prix de revient la page
	$	$
4	1 700	425.00
8	3 375	421.87
12	5 000	416.66
16	6 650	415.62
20	8 225	411.25
24	9 800	408.33
28	11 325	404.46
32	12 850	401.56
36	14 325	397.92
40	15 800	395.00
44	17 225	391.47
48	18 625	388.02
52 et plus	20 000	384.61

Nombre de pages	Prix de revient la page par 1 000 lecteurs-acheteurs	Prix de revient la page par 1 000 lecteurs
	$	$
4	19.32	6.54
8	19.18	6.49
12	18.94	6.41
16	18.89	6.39
20	18.69	6.33
24	18.56	6.28
28	18.38	6.22
32	18.25	6.18
36	18.09	6.12
40	17.95	6.08
44	17.79	6.02
48	17.64	5.97
52 et plus	17.48	5.92

Important: la page couverture de la brochure doit indiquer « supplément de Québec science » ainsi que le mois où l'encart paraîtra dans le magazine.

Page ou position spécifiées

Couverture	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
Couverture 2 ou 3 (4 couleurs)	1 865	1 690	1 480	1 390
Couverture 4 (4 couleurs)	2 125	1 790	1 700	1 510

Position garantie: 20%

Réservations et heures de tombée
Réservation d'espace: 60 jours avant la date de parution.
Réception du matériel prêt à photographier: 45 jours avant la date de parution.

Précisions typographiques
Impression: couvertures sur papier couché offset 240M (en feuilles).
Pages intérieures:
32 pages sur papier couché 120M (en feuilles).
16 pages sur papier recyclé 120M (en rouleau).
Matériel requis: pages couvertures: maquette prête à photographier ou négatif (trame de demi-ton 150).
Pages inférieures: maquette prête à photographier ou négatif (trame de demi-ton 133).
Quadrichromie (pages couvertures ou intérieures): négatifs et épreuves gamme.
Format de la page composée: 19cm (largeur) x 26 cm (hauteur).
Largeur des colonnes: 4,5 cm ou 6 cm.
Nombre de colonnes: 3 ou 4
Format fini: 21,75 cm (largeur) x 28,5cm (hauteur).
Reliure: broché à cheval.

Unités	Dimensions picas	
	largeur	hauteur
1 page	45	61
2 pages (spread)	94	61**
2 pages côte à côte (non au centre)	94	61
3/4 page	45	45
	33,5	61
2/3 page	29,5	61
	45	38
	33,5	41*
1/2 page	45	30
	29,5	45
	22	61*
1/3 page	45	20
	29,5	29,5
	14	61
	33,5	28*
	22	38*
1/4 page	45	15
	22	31*
	10,5	61*
1/6 page	22	20*
	10,5	41*
	29,5	15

* 1 couleur seulement
** 2, 3 ou 4 couleurs seulement

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
2% d'escompte dans les 10 jours.

Divers
Conception publicitaire: l'éditeur offre un service de composition typographique, de conception et réalisation graphiques au tarif de 45% du prix de base de l'espace réservé. Le matériel requis doit parvenir à la date de réservation d'espace, soit 60 jours avant parution. (Tout autre frais de production sera facturé en sus).
L'éditeur ne sera pas responsable de la qualité de reproduction ni de l'exactitude de la couleur des annonces, à moins que l'annonceur ou l'agence ne lui fournisse les épreuves-gamme.
L'espace réservé pourra être facturé à l'annonceur ou à l'agence de publicité, si le matériel expédié n'est pas conforme aux exigences de cette carte de tarifs.
L'annonceur ou l'agence de publicité assume la responsabilité légale de l'ensemble du contenu (le texte, les illustrations et la disposition) de l'annonce.
Aucune annulation d'espace ne sera acceptée dans l'éventualité où l'annonceur ou bien l'agence aura fourni le matériel publicitaire après la date de fermeture.
Toute annulation de réservation d'espace publicitaire doit parvenir par écrit vingt jours (20) avant la date de fermeture.
L'éditeur se réserve le droit de refuser à son gré toute annonce publicitaire.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
21 222

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
4,0%

2530

RELATIONS

ACPC

IDENTIFICATION
Mensuel (11 fois/an) établi en 1941, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par les Éditions Bellarmin
8100, boul. Saint-Laurent
Montréal
H2P 2L9
Téléphone: (514) 387-2541
Format: revue
Coût du numéro: 1,25$
Coût de l'abonnement: 12,50$/an

Personnel de direction
Directeur général: Maurice Ruest
Directeur de la revue: Albert Beaudry

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois précédant la parution

Personnel
Assistante à la rédaction: Ginette Boyer

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante

Format	1 parution	5 parutions	11 parutions
	$	$	$
1 page	300	1 350	3 000
2/3 page	240	1 080	2 400
1/2 page	180	810	1 800
1/3 page	120	540	1 200
1/4 page	90	405	900
1/6 page	60	270	600

Réservations et heures de tombée
Le 5 du mois précédant la parution

2540

RÉNOVATION BRICOLAGE

ABC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1976
Édité en français par Les Éditions
Le Nordais Ltée
100 Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone: (514) 735-6361

Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 18$/an
Autres pays: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: Claude Durocher

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Maurice Tremblay

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Normédia Ltée
100, Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone: (514) 735-6361
Robert Pépin
André Simard

Personnel
Directrice commerciale: Francine Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte No 6 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	1 780	1 675	1 560	1 425
2/3 page	1 360	1 275	1 200	1 125
1/2 page	1 200	1 125	1 025	950

Sans marge: aucun supplément.

Escompte ou prix réduit
L'achat d'espace publicitaire dans Rénovation bricolage et dans Canadian workshop, le même mois, donne droit à un escompte de 5% dans les deux magazines.

Annonce couleur
2 couleurs: 150$ en sus du tarif d'une annonce courante.
4 couleurs: 450$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Encarts fournis par le client
8 pages: le prix de 6 pages, noir et blanc, selon la fréquence.
4 pages: le prix de 3 pages, noir et blanc, selon la fréquence.
2 pages: le prix de 1½ page, noir et blanc, selon la fréquence.

Page ou position spécifiées
2e, 3e et 4e couvertures: prix disponible sur demande
Couvertures non résiliables.
Position préférentielle: 20% en supplément

Réservations et heures de tombée
Six semaines précédant le mois de publication.

Précisions typographiques
Grandeur du magazine: 8¼" x 10⅞"
Page complète (sans marge): 8½" x 11⅛"
Page complète: 7¼" x 10"
Page double (sans marge): 17" x 11⅛"
Page double: 15½" x 10"
2/3 page verticale: 4⅝" x 10"
1/2 page horizontale: 7¼" x 5"
L'éditeur peut exécuter des corrections (en noir et blanc ou en couleur) pour faire correspondre le matériel à ses spécifications techniques (tarif dépendant du travail requis).

Modalités de paiements
15% de commission aux agences.
Escompte comptant de 2% si payé dans les 10 jours.

Divers
Aucune position spéciale ne peut être garantie, même si cela est spécifié dans la commande, excepté pour les positions préférentielles décrites plus haut.
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter les tarifs, lorsque rendu nécessaire par les facteurs économiques. Tous les contrats en vigueur avant l'avis d'augmentation des tarifs sera honoré.
Un avis d'annulation doit parvenir 10 jours avant la date de tombée.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
58 516

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
2%

2550

SÉLECTION DU READER'S DIGEST

ABC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1922, publié le 1re semaine du mois
Édité en français par les Périodiques Reader's Digest Ltée
215, avenue Redfern
Montréal
H3Z 2V9
Téléphone: (514) 934-0751; Télex: 05-25800
Petit format
Coût du numéro: 1,25$
Coût de l'abonnement:
Canada: 11,96$/an

Personnel de direction
Président: Ralph Hancon
Nom des éditions: The Reader's Digest, édition anglaise

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef: Denise Surprenant, édition française
Rédacteur en chef: Charles Magill, édition anglaise

PUBLICITÉ
Personnel
Publicité Montréal et l'Est du Canada:
S.J. Mundey
Germain A. Faubert
Léo Julien

Tarifs publicitaires
Carte No 38 en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
Éditions nationales no 1, noir et blanc
Page simple: 14 635$
Demi-page*: 9 075$
Double page: 23 615$
Page et demie: 19 605$

Édition anglaise no 2, noir et blanc
Page simple: 10 945$
Demi-page*:6 570$
Double page: 18 050$
Page et demie: 14 880$

Édition française no 3, noir et blanc
Page simple: 3 690$
Demi-page*: 2 505$
Double page: 5 565$
Page et demie: 4 725$

Marché métropolitain français no 10A
Sélection dans la zone commerciale de Montréal, noir et blanc
Page simple: 2 530$
Double page: 3 705$
Page et demie: 3 175$

Édition anglaise du Québec no 14
Le Reader's Digest au Québec, noir et blanc
Page simple: 1 485$
Double page: 2 430$
Page et demie: 2 005$

* Le prix pour deux demi-pages groupées est le même que pour une seule page

Escompte ou prix réduit
Pages groupées: prix par page

Unité	No 1 2C	No 1 4C	No 2 2C	No 2 4C
	$	$	$	$
Trois pages groupées	12 440	15 060	9 345	11 430
Quatre pages groupées	12 055	14 590	9 055	11 070
Six pages groupées	10 800	11 700	8 070	8 855
Huit pages groupées	9 520	10 125	7 120	7 690

	No 3 2C	No 3 4C
	$	$
Trois pages groupées	3 095	3 630
Quatre pages groupées	3 000	3 520
Six pages groupées	2 730	2 845
Huit pages groupées	2 400	2 435

Les annonces sur pages groupées ne bénéficient d'aucun escompte supplémentaire et ne peuvent être groupées avec des pages simples ou doubles, dans le calcul des tarifs dégressifs sur le volume.
Les cartes encarts, accompagnant des annonces sur pages groupées, sont facturées au prix d'une seule insertion.
Annonces groupées mini, midi, maxi;
Prix par page

Format	No 1 2C	No 1 4C	No 2 2C	No 2 4C
	$	$	$	$
Mini				
24 pages	10 930	13 190	8 360	10 170
Midi				
36 pages	10 335	12 470	7 905	9 615
Maxi				
48 pages	10 040	12 105	7 680	9 335

	No 3 2C	No 3 4C
	$	$
Mini		
24 pages	2 570	3 020
Midi		
36 pages	2 430	2 855
Maxi		
48 pages	2 360	2 770

Mini: au moins deux pages dans tous les numéros de l'année, sauf deux, dans lesquels peut ne paraître aucune annonce.
Midi: au moins trois pages dans tous les numéros de l'année, sauf deux, qui peuvent contenir moins de trois annonces ou n'en contenir aucune.
Maxi: au moins quatre pages dans tous les numéros de l'année, sauf deux, qui peuvent contenir moins de quatre annonces ou n'en contenir aucune.

Remises et tarifs dégressifs
Les remises et les tarifs dégressifs sur le volume sont calculés séparément pour Reader's Digest et pour Sélection (remise pour 6 pages: 3%; 9 pages: 6%; 12 pages: 10%; 18 pages: 16%; 24 pages: 20%). Les annonces groupées mini, midi et maxi ne donnent lieu à aucune remise. Les tarifs dégressifs s'appliquent à toutes les éditions, mais les pages placées dans les éditions françaises ne s'additionnent pas aux pages achetées dans les éditions anglaises. L'espace utilisé dans les éditions publiées dans les deux langues est pris en compte dans les deux calculs.
Les demi-pages, pages, pages et demie et doubles pages comptent pour leur pleine valeur: douze demi-pages équivalent à six pages, et ainsi de suite.
Les livrets, les encarts et les rabats de couverture ainsi que les blocs de pages intérieures, comptent pour leur pleine valeur. (Voir page ou position spécifiées)
Un tarif dégressif est consenti aux annonceurs dont les achats d'espace, ajoutés à ceux de sociétés mères ou de filiales canadiennes ou étrangères, répondent aux exigences de base quant au volume et au tirage. Pour de plus amples renseignements, consulter un représentant de Sélection du Reader's Digest.
Les annonces de tous les produits et de toutes les divisions d'une société sont prises en compte dans le calcul des tarifs dégressifs, pourvu qu'un contrat avec la société couvre toutes ces divisions et toutes les annonces transmises, le cas échéant, par plus d'une agence de publicité.

Annonce couleur
Éditions nationales no 1

Format	2 couleurs	4 couleurs
	$	$
page simple	15 450	18 635
1/2 page*	9 565	11 490
double-page	24 985	30 260
1½ page	20 735	25 080

Édition anglaise no 2

Format	2 couleurs	4 couleurs
	$	$
page simple	11 610	14 125
1/2 page*	6 960	8 475
double page	19 135	23 305
1½ page	15 770	19 220

Édition française no 3

Format	2 couleurs	4 couleurs
	$	$
page simple	3 840	4 510
1/2 page*	2 605	3 015
double page	5 850	6 955
1½ page	4 965	5 860

Marché métropolitain français no 10A, sélection dans zone commerciale de Montréal

Format	2 couleurs	4 couleurs
	$	$
page simple	2 630	3 045
double page	3 890	4 550
1½ page	3 320	3 890

Édition anglaise du Québec no 14, le Reader's digest au Québec

Format	2 couleurs	4 couleurs
	$	$
page simple	1 575	1 915
double page	2 595	3 150
1½ page	2 125	2 590

* Prix de deux demi-pages groupées est le même que pour une seule page.

Page ou position spécifiées
Emplacements préférentiels
Les rabats de couverture, les encarts à volets et à feuillets multiples, les coupons et les cartes-réponses, sont offerts dans nos éditions canadiennes.
Les cartes-encarts ne sont acceptées qu'avec au moins une page entière d'annonce et peuvent être détachables sans supplément.
Les livrets, les encarts et les rabats de couverture ne bénéficient d'aucune remise. Dans le calcul des tarifs dégressifs sur le volume, un encart compte cependant pour deux pages et les livrets pour le nombre de pages qu'ils occupent.

Réservations et heures de tombée
Le Reader's digest paraît aux environs du 28 du mois précédant la date figurant sur la couverture; ainsi, le numéro de mai paraît aux environs du 28 avril. Sélection du reader's digest est publié vers le 1er du mois indiqué sur la couverture.
La date de fermeture précède de deux mois la date de parution; ainsi, pour le numéro de septembre, la date limite est le 1er juillet.
Les bons d'insertion peuvent être annulés dans un délai d'une semaine avant la date de fermeture. Les bons d'insertion spéciaux ne peuvent cependant pas être annulés.

Précisions typographiques
Normes de fabrication
Dimension rognée: 5⅜" x 7⅜" (137mm x 187mm).
Dimension maximum de l'image du film pour les pages à papier perdu: 5⅝" x 7⅝" (143mm x 194mm). Les quatre marges sont rognées de 1/8" (3,17mm).
Placer la matière debout 1/4" (6,35mm) à l'intérieur de la ligne de rognage. Pour les pages normales (sans papier perdu), l'espace pour la composition est de 4⅜" x 6½" (111mm x 165mm).
Placer de petites lignes de rognage sur les contre épreuves et sur les films, pour indiquer la position des annonces à rognage partiel et des placards « flottants ».
En préparant la maquette, placer toute la matière au centre de la page, dimension rognée (l'éditeur ne peut pas savoir, d'avance, si une annonce paraîtra en page de gauche ou de droite).
Limiter à une couleur les lignes minces et les lettrages moyens et petits. Prévoir un minimum de couleurs pour les lettres inversées, en utilisant la plus foncée pour la forme et étaler les autres couleurs pour améliorer le repérage.
Éviter les petits caractères à empattements réduits.
Chaque annonce doit porter, nettement indiquée, la marque de commerce de l'annonceur. Sur toute publicité rédactionnelle qui rappellerait un article du digest, l'éditeur placera en exergue le mot « annonce » en début de page. La dénomination sociale du client doit aussi apparaître en toutes lettres au bas de la page.
Les doubles pages à papier perdu portant la matière debout à travers le fonds doivent parvenir sur film entier.
Prévoir un dégagement entre les pages de 1/2" (12,7mm).
Faire parvenir les films négatifs et positifs d'une maquette originale.
Pages et demi-pages
un jeu de positifs – lecture à l'envers – émulsion en-dessus.
un jeu de négatifs finals – lecture à l'endroit – émulsion en-dessus.
Doubles pages
2 jeux de positifs – lecture à l'envers – émulsion en-dessus.
2 jeux de négatifs finals – lecture à l'endroit émulsion en-dessus.
Les films de chaque couleur doivent être entiers.
Chaque page de film doit avoir des traits de repère centrés sur les bords extérieurs et deux points de repère poinçonnés, à l'avance, dans la même position, couleur contre couleur.
Ne fournir que des films d'une épaisseur de 0,004" qui ne se distendent pas. Indiquer la couleur de chaque film: jaune, magenta, cyanure ou noir.
Employer une trame de 120 lignes. (Le jaune doit en avoir 133 pour réduire au maximum le quadrillage).
La densité totale des parties les plus foncées ne doit pas dépasser 260%. N'employer qu'une couleur aplat. La valeur tramée maximum de chacune des couleurs doit être de 85%.
Tirer des épreuves simultanées sur du papier Magazines Canada.
Veiller à ce que l'encrage soit de haut en bas. Suivre cet ordre pour l'encre et l'échantillonnage des couleurs: jaune – magenta – cyanure – noir. Remettre deux épreuves gammes et six épreuves de couleurs.

On trouvera dans les normes de Magazines Canada, sur la préparation du matériel publicitaire, le texte complet des normes de fabrication.
Annonces normales
Demi-page horizontale: 4⅜" x 3¼" (111mm x 83mm).
Demi-page verticale: 2⅛" x 6½" (54mm x 165mm).
Double demi-page horizontale par page: 4⅜" x 3¼" (111mm x 83mm)
Page entière normale: 4⅜" x 6½" (111mm x 165mm).
Double page normale 3/4 la page 4⅜" x 6½" (111mm x 165mm).
Demi-page: 2⅛" x 6½" (54mm x 165mm).
Double page normale par page: 4⅜" x 6½" (111mm x 165mm).
Annonces à papier perdu
Demi-page horizontale: 5⅝" x 3¾" (143mm x 95mm),
espace pour le texte: 4⅞"x 3¼" (124mm x 82mm).
Demi-page verticale: 2¾" x 7⅝" (70mm x 194mm),
espace pour le texte: 2⅜" x 6⅞" (60mm x 175mm).
Double demi-page horizontale à papier perdu: 11" x 3¾" (280mm x 95mm),
espace pour le texte: 4⅞" x 3¼" (124mm x 82mm).
Page entière à papier perdu: 5⅝" x 7⅝" (143mm x 194mm),
espace pour le texte: 4⅞" x 6⅞" (124mm x 175mm).
Double page 3/4 à papier perdu à travers le fonds: 8⅜" x 7⅝" (212mm x 194mm),
espace pour le texte: la page 4⅞" x 6⅞" (124mm x 175mm),
la demi-page: 2⅜" x 6⅞" (160mm x 175mm).
Double page à papier perdu à travers le fonds: 11" x 7⅝" (280mm x 194mm),
espace pour le texte: 4⅞" x 6⅞" (124mm x 175mm).

Modalités de paiements
Les agences agréées perçoivent une commission de 15% sur le prix brut de la publicité.
Remise de 2% sur le prix net à 15 jours.

Divers
Les prix sont garantis pour les deux mois précédant la date de parution de l'annonce.
Les prix des insertions, dans des numéros ultérieurs à la période de garantie, qu'il s'agisse d'annonces nouvelles ou déjà acceptées, peuvent être modifiés.
Règlementation relative à la copie et aux contrats
L'éditeur se réserve le droit de refuser toute annonce.
L'éditeur se réserve le droit d'insérer le mot « publicité », soit au haut, soit au bas des annonces.
Le règlement d'un concours publicitaire doit être soumis à l'éditeur, avant que l'annonce du concours ne soit publiée.
L'éditeur dégage sa responsabilité en ce qui concerne les dispositions nouvelles imprimées ou portées dans d'autres formes sur les contrats, ordres d'insertion ou directives concernant la copie et venant en contradiction avec sa politique.
Sur acceptation de l'annonce et sous réserve des conditions du présent tarif, l'agence et l'annonceur s'engagent à indemniser et à exonérer l'éditeur pour toute réclamation et toute action en justice, qui pourraient lui être intentées, par suite de la publication d'une annonce L'annonceur ou son agence de publicité assument l'entière responsabilité des réclamations relatives au produit ou au service annoncé.
Tous les bons d'insertion sont acceptés à la condition expresse que l'éditeur ne soit pas tenu responsable de l'impossibilité d'exécuter ces ordres, dans le cas de force majeure, d'interventions de l'État, d'incendies, de grèves, d'accidents ou autres événements de quelque nature qu'ils soient, et empêchant l'éditeur de produire, publier ou distribuer tout ou partie de la revue Sélection du reader's digest.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 juin 1980
Édition française: 330 392
Édition anglaise: 1 300 307

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
Édition française: 9,0%
Édition anglaise: 95,2%

2560

LE TEMPS DE VIVRE

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par
Super Magazine Inc.
9393, Edison, bureau 200
Montréal
H1J 1T4
Téléphone: (514) 351-7460
Format: revue
Coût du numéro: 1,50$
Coût de l'abonnement
Canada: 7,50$/5 numéros, 15$/10 numéros
États-Unis: 10,50$/5 numéros; 18$/10 numéros

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Roger Chabot

INFORMATION
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la rédaction:
Maria Tonnerova

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean McGown et Associés Inc.
Bureau de Montréal
Denis Lazure
785, Plymouth, bureau 310
Ville Mont-Royal
H4P 1B3
Téléphone: (514) 735-5191

Personnel
Publicité régionale: Allen Boucher

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Format	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
Page double	1 065	1 035	1 005	945
1 page	580	560	535	510
2/3 page	490	470	445	420
1/2 page vert	370	350	325	300
1/2 page hor	370	350	325	300
1/2 page îlot	370	350	325	300
1 page junior	425	405	380	355
1/3 page carrée	270	250	225	200
1/3 page vert	270	250	225	200
1/4 page	215	195	170	145
1/6 page	170	150	125	100
1/12 page	115	95	70	45

Annonce couleur
Par couleur de base quadrichromie:
160$ de supplément
Couleur spéciale: 270$ de supplément
Procédé quadrichromie (non annulable):
450$ de supplément

Catégories particulières d'annonces
Cartes d'affaires:
145$/1 fois, 125$/3 fois, 100$/6fois, 75$/12 fois

Page ou position spécifiées

Couverture	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
2e et 3e couverture	920	890	860	800
4e couverture	1 035	1 005	975	915

Réservations et heures de tombée
1 mois avant la date de parution

2570

TV HEBDO

ABC/AMC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire publié le lundi
Édité en français par TV Hebdo Inc.
1001, de Maisonneuve est, bureau 100
Montréal
H2L 4P9
Téléphone: (514) 527-9601, Télex: 05-268891
Petit format
Coût du numéro: 0,50$
À domicile: 0,55$
Coût de l'abonnement
Canada: 23$/an
États-Unis: 27$/an
Europe: 30$/an

Personnel de direction
Éditeur: Philippe de Gaspé Beaubien
Président: John Van de Kamer
Directeur général: Jacques Parisien
Directeur de la revue: Jacques Lina

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Jacques Lina

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Denis Lazure
Jean McGown et Associés
785, avenue Plymouth
Ville Mont-Royal
H4P 1B3
Téléphone: (514) 735-5191

Personnel
Directeur des ventes: Ken Cochrane
Gérant des ventes: Maurice LaTour
Publicité locale: Jean Doucet

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
273 728

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
1,5%

2580

TV PLUS

ABC

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1980, publié le lundi et daté du samedi suivant
Édité en français par TV Hebdo Inc.
1001, boul. de Maisonneuve est, bureau 1100
Montréal
H3L 4P9
Téléphone: (514) 527-9601; Télex: 05-268891
Petit format
Coût du numéro: 0,50$ en kiosque
0,55$ à domicile
Coût de l'abonnement
Canada: 23$/an
États-Unis: 27$/an
Europe: 30$/an

Personnel de direction
Président du conseil et éditeur:
Philippe de Gaspé Beaubien
Président: John Van de Kamer
Directeur général: Jacques Parisien

INFORMATION
Moment de tombée
12 jours avant la mise en marché

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Paul-Henri Goulet

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Denis Lazure
Jean McGown et Associés
785, avenue Plymouth
Ville Mont-Royal
H4P 1B3
Téléphone: (514) 735-5191

Personnel
Directeur des ventes: Ken Cochrane
Gérant des ventes: Maurice LaTour
Publicitaire local: Jean Doucet

Tarifs publicitaires
Carte No 18 en vigueur le 1er octobre 1980
Section papier glacé

Annonce couleur
Papier glacé (tarif combiné avec T.V. Hebdo)
Couvertures (4 couleurs)

	Fois		
Couverture	1	13	26
	$	$	$
4e	1 075	1 025	925
2e ou 3e	860	815	730

	Fois		
Couverture	39	52	104
	$	$	$
4e	880	795	755
2e ou 3e	695	625	595

Papier glacé (tarif T.V. Plus seulement)

	Fois		
Couverture	1	13	26
	$	$	$
4e	1 760	1 675	1 510
2e ou 3e	1 430	1 360	1 225

	Fois		
Couverture	39	52	104
	$	$	$
4e	1 430	1 290	1 225
2e ou 3e	1 160	1 050	995

Escompte ou prix réduit
Les remises, en fonction de la fréquence, ne sont accordées que si l'annonceur complète son programme d'insertions pendant l'année contractuelle, c'est-à-dire dans les 52 semaines qui suivent la date de la première insertion.
L'annonceur, qui retient, par contrat, une insertion par semaine pendant 52 semaines consécutives, a droit à un rabais supplémentaire de 5%.
L'annonceur, qui retient par contrat deux insertions par semaine pendant 52 semaines consécutives, a droit à un rabais supplémentaire de 10%.
Toutes les positions couvertures ainsi que les pages intérieures (4 couleurs) peuvent être combinées pour les escomptes de fréquence.
Les insertions dans T.V. Hebdo et T.V. Plus ne peuvent être combinées pour le calcul de la fréquence.

Réservations et heures de tombée
Réservation de l'espace: le 42e jour précédant la date du numéro
Réception du matériel: le 35e jour précédant la date du numéro
On ne peut résilier ou modifier une commande après la date de tombée.
TV Plus se réserve le droit de refuser toute annonce de n'importe quel annonceur, lorsqu'il n'y a plus d'espace disponible dans un numéro spécifique, même si le bon d'insertion et/ou le matériel publicitaire ont été reçus avant la date de tombée de ce numéro.
Les annonceurs des pages-couvertures, ou ceux qui ont pris option en vue d'y paraître, doivent signaler 120 jours avant la date du numéro, à l'aide d'un avis écrit, leur intention de résilier ou de renouveler l'entente.

Précisions typographiques
La section papier glacé est imprimée sur rotative offset, à grande vitesse. L'alignement et la disposition des caractères, ainsi que la précision du pliage d'une page à l'autre dans tous les exemplaires, sont des opérations soumises à des tolérances mécaniques et ne peuvent être garanties.
Publicité en couleur: les annonceurs sont priés de fournir un jeu de positifs finals, à grain solide, en séparations de couleurs, à compensation chromatique (trame de 133 pour le jaune et 120 pour le reste). Joindre un jeu d'épreuves progressives et trois épreuves définitives.
Un guide des couleurs est exigé pour chaque jeu d'épreuves. Les épreuves progressives doivent être imprimées uniquement d'un côté à l'autre.
L'émulsion des positifs doit être en-dessous, mais le texte doit se lire à l'endroit.
Les repères en registre doivent être centrés en bordure des quatre côtés de chaque film de chaque couleur, y compris le noir.
Annonce 2 couleurs: 1 jeu de positifs. Pas de couleurs spéciales dans cette section. Seulement les encres process sont utilisées.
Publicité en noir et blanc: les annonceurs sont priés de fournir des positifs à trame de 120 lignes, dont l'émulsion est en-dessous et dont le texte se lit à l'endroit. Une épreuve de reproduction de grandeur nature est aussi exigée.

Formats	Largeur		Hauteur
Page (surface d'impression)	4½ po	sur	6⅝ po
Page entière rognée	5¼ po	sur	7⅜ po
Marge perdue	5¾ po	sur	7⅝ po
1/2 page verticale	2⅛ po	sur	6⅝ po
1/2 page horizontale	4½ po	sur	3⁹⁄₁₆ po
Double page (surface d'impression)	9½ po	sur	6⅝ po
Double page à marge perdue	11 po	sur	7⅝ po
Double demi-page (surface d'impression)	9½ po	sur	3⁹⁄₁₆ po
Double demi-page à marge perdue	11 po	sur	3¾ po

La double page et la double demi-page doivent être fournies en une seule pièce. Les textes et illustrations doivent être gardés en deçà d'une marge minimale de 1/4 pouce des bords rognés et du centre.

Carte No 18 en vigueur le 1er octobre 1980
Section papier journal

Annonce courante
Papier journal (tarif combiné avec T.V. Hebdo)

Format	Fois 1	13	26	39	52	104
	$	$	$	$	$	$
1 page	220	210	190	180	160	145
1/2 page	140	130	120	110	100	90
1/4 page	90	85	80	75	70	65
Papier journal (tarif T.V. Plus seulement)						
1 page	385	370	330	315	285	270
1/2 page	230	220	200	190	170	160
1/4 page	155	150	135	125	115	110

Double page: doubler le tarif de la page simple.
Double demi-page: doubler le tarif de la demi-page simple.

Escompte ou prix réduit
Les prix seront conformes au tarif, sauf les exceptions qui suivent. L'annonceur, qui retient par contrat une insertion par semaine pendant 52 semaines consécutives, a droit à un rabais supplémentaire de 5%. S'il retient 2 insertions par semaine durant 52 semaines, il bénéficie d'un rabais de 10% sur le tarif de 104 fois.
Section de vente par correspondance
Le tarif ci-haut mentionné réduit de 25% s'applique à une insertion retenue dans cette section. Une remise en fonction de la fréquence peut également être accordée.
Remises en fonction de la fréquence
Les remises en fonction de la fréquence mentionnées ci-haut ne sont accordées que si l'annonceur complète son programme d'insertion pendant l'année contractuelle, c'est-à-dire dans les 52 semaines qui suivent la date de la première insertion.
Les remises en fonction de la fréquence sont consenties pour les programmes touchant individuellement les éditions. Les annonceurs ne peuvent combiner leurs programmes dans toutes les éditions pour le calcul du taux de remise en fonction de la fréquence. Les annonceurs peuvent associer les pages de différents formats. Cependant les annonces plus petites qu'une page entière doivent être transposées en pages entières pour déterminer le taux de remise en fonction de la fréquence.

Annonce couleur
Monochromie (couleur additionnelle):
400$ par insertion, par édition.
Consulter le bureau de TV Plus pour connaître les disponibilités et les dates de tombée particulières à ce procédé.

Catégories particulières d'annonces
Encarts fournis par l'annonceur:
T.V. Plus combiné avec T.V. Hebdo
4 pages: 770$
6 pages: 950$
8 pages: 1 100$
T.V. Plus seulement
4 pages: 1 000$
6 pages: 1 250$
8 pages: 1 500$
Brochures détachables: prix sur demande
Bons de réduction: prix sur demande

Page ou position spécifiées
Disponible sur demande. Une surcharge est nécessaire pour défrayer les coûts additionnels de mise en page.

Exigences minimales et maximales
Grosseur minimale des caractères
Pour les principaux textes, le caractère utilisé doit être d'au moins 8 points. En procédé inversé, les caractères inférieurs à 12 points ne conviennent pas à la reproduction. L'éditeur n'est pas responsable de la qualité de reproduction des caractères plus petits ou de celle des caractères délicats à empattement.

Réservations et heures de tombée
La date de tombée des commandes et de la réception du matériel destinée à la section papier journal est fixée au 17e jour précédant la date du numéro.
Tout changement ou annulation reçus après la date de tombée ne seront pas acceptés.

Précisions typographiques
La section papier journal est imprimée sur rotative offset à grande vitesse. L'alignement et la disposition des caractères, ainsi que la précision du pliage d'une page à l'autre dans tous les exemplaires, sont des opérations soumises à des tolérances mécaniques et ne peuvent être garanties.
Toute la publicité en noir et blanc, qu'elle soit au trait ou en simili gravure, ou des deux ensemble, doit être reproduite sur épreuve photographique (velox) grandeur nature ou sur un négatif d'une seule pièce (1 par édition). Les similigravures doivent être tramées à 100 lignes.

Formats	Largeur		Hauteur
Page (surface d'impression)	4½ po	sur	6⅝ po
Page entière rognée	5¼ po	sur	7⅜ po
Marge perdue	5¾ po	sur	7⅞ po
Double page (surface d'impression)	9½ po	sur	6⅝ po
Double page à marge perdue	11 po	sur	7⅞ po
1/2 page verticale	2⅛ po	sur	6⅝ po
1/2 page horizontale	4½ po	sur	3 5/16 po
1/3 page verticale	2⅛ po	sur	4½ po
1/3 page horizontale	4½ po	sur	2⅜ po
1/4 page verticale	2⅛ po	sur	3 5/16
1/4 page horizontale	4½ po	sur	1⅜ po

Les annonces en double page doivent être fournies en une seule pièce. Les textes et illustrations doivent être gardés en deçà d'une marge minimale de¼ po des bords rognés et du centre.

Modalités de paiements (papier glacé et journal)
Une commission de 15% est accordée aux agences dont TV Hebdo Inc. reconnaît l'accréditation sur la facturation brute de l'espace, de la couleur et de l'emplacement. Il n'y a pas de commission sur les exigences techniques supplémentaires, frais de production, tirés à part, etc.
La facturation de l'espace publicitaire est faite hebdomadairement à la date approximative du numéro, dans lequel paraît la publicité de l'annonceur. Une remise de 2% est accordée sur les versements reçus dans les 15 jours suivant la date du numéro portant l'annonce. Le paiement global est exigible au plus tard 30 jours après la date du numéro où paraît l'annonce. Les comptes sont payables en devises canadiennes.
Pour ce qui concerne chaque bon d'insertion ou contrat (désignés ci- après sous l'appellation « contrat) passé entre TV Hebdo Inc. et une agence de publicité, au nom d'un annonceur signalé à ce titre dans le « contrat », l'agence sera, conjointement et solidairement avec l'annonceur, responsable du paiement et de l'acquittement de toute obligation prévue au « contrat », que l'une ou l'autre ou les deux ensemble l'aient paraphé.

Divers (papier glacé et journal)
Publicité générale
Le magazine TV Plus est un hebdomadaire daté du samedi, mais paraissant le lundi précédent.
Texte et contrats
TV Hebdo Inc. ne consent à exécuter une commande ou un bon d'insertion qu'à la condition expresse de conserver l'exercice de son droit – sans obligation toutefois – d'autoriser la publication, en tout ou en partie, du texte, de la réclame, de la présentation ou de l'illustration en faisant l'objet.
TV Hebdo Inc. n'est liée d'aucune façon par toute condition, imprimée ou autrement énoncée aux contrats, commandes ou directives relatives aux textes et provenant des annonceurs ou des agences de publicité, lorsqu'elle diffère de la ligne de conduite ou des exigences du magazine.
Il est entendu que les annonceurs et les agences de publicité sont entièrement responsables de la teneur de la publicité présentée, imprimée ou publiée sous toutes ses formes: textes, réclame, présentation ou illustration.
Les annonceurs doivent s'assurer que leurs encarts et autres annonces sont conformes aux normes postales canadiennes et satisfont à toute loi ou réglementarion qui les concernent. Lorsqu'une annonce soumise comporte les noms, les photographies ou les témoignages de personnes vivantes, on interprétera la commande ou la demande de publication en question comme une preuve que l'annonceur et l'agence de publicité ont obtenu des personnes concernées une autorisation appropriée et que la publication peut donc être faite ou commandée légalement.
De son propre chef et au nom de son client annonceur, l'agence de publicité (ou l'annonceur lui-même, si le bon d'insertion provient directement de celui-ci) consent à dédommager et à sauvegarder TV Hebdo Inc. de toute perte, dépense ou autre responsabilité suscitée par le dépôt de toute réclamation touchant le libelle, la violation du droit à la vie privée, le plagiat, la contrefaçon ou autre infraction suite à la publication de tout texte publicitaire présenté, imprimé ou publié.
TV Hebdo Inc. se réserve le droit, sans obligation aucune, de rejeter, d'omettre ou d'écarter toute annonce pour quelque raison que ce soit et à n'importe quel moment, avec ou sans avis à l'annonceur ou à l'agence de publicité, que l'annonce en question ait été ou non reconnue, acceptée ou publiée auparavant.
La responsabilité de TV Hebdo Inc., dans le cas de toute erreur pouvant lui être juridiquement imputée, ne sera pas supérieure au moindre du prix de l'espace commandé ou de celui de l'espace occupé par l'erreur. Dans tous les cas, TV Hebdo Inc. ne sera aucunement responsable de la perte de revenus ou de bénéfices, ou de tout autre inconvénient consécutif.
Toutes les annonces doivent être clairement identifiées par la marque de commerce ou par la raison sociale des annonceurs. Les annonces qui, du simple avis de TV Hebdo Inc.,

ressemblent à de la matière rédactionnelle ou font appel à la technique de l'illustration humoristique, peuvent être, à la discrétion de l'éditeur, surmontées de la mention « annonce ». Les travaux d'illustrations, de composition ou autres, de même nature, commandés par l'annonceur sont aux frais de celui-ci.
En cas de faute à l'égard du paiement ou pour toute raison qui, selon TV Hebdo Inc., affaiblit le crédit d'un annonceur ou d'une agence de publicité, la revue se réserve le droit de modifier en tout temps, sans avis préalable à l'annonceur ou à l'agence de publicité en question, ses exigences en ce qui a trait aux modalités de paiement de toute publicité ultérieure sous l'empire d'un contrat. Elle peut aussi, à sa convenance, résilier un contrat, sans dégager pour autant l'annonceur ou l'agence de publicité de l'obligation de régler le coût de la publicité préalablement publiée par TV Hebdo Inc. à la demande de l'annonceur.
Dans le cas où un contrat est résilié par l'une ou l'autre des parties, l'espace utilisé sera facturé et payé selon le tarif applicable de l'espace effectivement utilisé, dont les taux apparaissent sur la carte de tarif de TV Hebdo Inc. en vigueur à ce moment-là.
La garantie tarifaire est assurée pendant les 90 jours (période de garantie) suivant la date d'entrée en vigueur du présent tarif, pour tout annonceur lié à l'éditeur, par contrat ou entente intervenue avant la date d'entrée en vigueur de la présente. Les commandes et les contrats, concernant toute publicité à paraître dans les numéros subséquents à la « période garantie », peuvent être modifiés et ce, nonobstant toute clause à l'effet contraire, de tout contrat liant l'éditeur et un annonceur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
48 638

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
1,5%

2590

VIVRE

ABC

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par Les Publications Québécor (1975) Inc.
225, Roy est
Montréal
H2W 2N6
Téléphone: (514) 282-9600, postes 302, 303
Format: revue
Coût du numéro: 1,75$
Coût de l'abonnement
18$/12 numéros
31$/24 numéros

Personnel de direction
Directeur: Georges Ning

INFORMATION
Moment de tombée
2 mois avant la parution
Agence de presse: Keystone

Personnel
Responsable de la rédaction: Georges Ning

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean-Guy Capsdevielle
144, Port-Royal ouest
Montréal
H3L 2B3
Téléphone: (514) 382-3300

Personnel
Directeur de la publicité nationale:
Gérald S. Dufour
Directeur de la publicité locale:
Jean Barbeau

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Annonce courante

Format	1 fois	3 fois	6 fois	9 fois	12 fois
	$	$	$	$	$
1 page	850	825	790	725	645
2/3 page	645	625	595	550	485
1/2 page	490	470	450	420	375
1/3 page	390	370	355	320	295
1/4 page	300	280	255	240	210
1/6 page	215	200	180	170	155
1/8 page	175	160	150	140	130

Annonce couleur
150$ chaque couleur.
4 couleurs process, séparations fournies: 400$

Catégories particulières d'annonces
Bleed: 10% extra
Encarts: 18$ par mille

Page ou position spécifiées
Couverture
2e ou 3e couverture intérieure: 200$ extra
4e (arrière): 300$ extra
Autres positions garanties: 25% extra

Réservations et heures de tombée
Bon d'insertion et réservations:
le vendredi, 5 semaines avant la date de sortie
Matériel publicitaire:
le jeudi, 4 semaines avant la date de sortie

Précisions typographiques
Page imprimée: 7¼ x 9½
Page taillée: 8⅛ x 10⅝
Largeur de colonne: 2¼
Nombre de colonnes: 3
Tranché à vif: 8¼ x 10⅞
Cliché, dimi-ton, trame: 120M
Encarts non taillés: 8⅜ x 11⅛
Encarts taillés: 4¼ x 6
Procédé: web offset

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 12 mois se terminant le 30 juin 1980
31 341

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
2,7%

1.2.2 Revues, magazines et bulletins d'information specialisee

Affaires municipales et actualites regionales

2600

L'ESTRIE

IDENTIFICATION
Mensuel (11 numéros/an) édité en français par Les Éditions de l'Estrie Ltée
138, Wellington nord
Sherbrooke
J1H 5C5
Téléphone: (819) 567-4040
C.P. 1296
Sherbrooke
J1H 5L7
Format: revue
Coût de l'abonnement: 15$/an

2610

IMAGE DE LA MAURICIE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1976, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Publicité G.M. Inc
564 boul. des Prairies
Cap-de-la-Madeleine
G8T 1K9
Téléphone: (819) 378-2176
Format: revue
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur général: Gilles Mercier

INFORMATION
Moment de tombée
le 1er du mois précédent

Personnel
Directeur de la rédaction: Stanley Laughrea

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Gilles Mercier
Publicitaire: Jean-Guy Prévost

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Annonce en noir et blanc
Prix à l'unité (sur contrat)

Format	1 parution	4 parutions
	$	$
1 page	475	410
2/3 page	350	315
1/2 page	270	245
1/3 page	215	190
1/4 page	160	145
1/6 page	105	95
1/8 page	80	75

Format	8 parutions	12 parutions
	$	$
1 page	375	340
2/3 page	285	260
1/2 page	225	210
1/3 page	170	150
1/4 page	130	120
1/6 page	85	75
1/8 page	70	65

Annonce couleur
75$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante
175$ pour une quadrichromie, en sus du tarif d'une annonce courante

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 132 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 3
Format: 8¼ x 10¾
Matériel requis:
prêt-à-photographier ou vélox
séparation de couleurs sur 4 négatifs avec « color keys »

Divers
À moins de dispositions spécifiques, le matériel demeurera en possession de l'éditeur, pour la durée contractuelle.

2620

LE POINT DE VUE

IDENTIFICATION
Mensuel publié la dernière semaine du mois
Édité en français par L'Imprimerie Senneterre Enr.
301, 4e Rue
Senneterre
J0Y 2M0
Téléphone: (819) 737-4227
C.P. 1830
Senneterre
J0Y 2M0
Format: revue
Coût du numéro: 0,40$
Coût de l'abonnement: 12$/20 numéros

Personnel de direction
Directeur: R. Bilodeau

INFORMATION
Moment de tombée
10 jours avant la publication

2630

LA REVUE MUNICIPALE

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1923, publié au début du mois
Édité en français par Les Publications Véro Ltée
6841, Saint-Hubert, bureau 202
Montréal
H2S 2M8
Téléphone: (514) 273-7217
Format: revue
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an; 20$/2 ans
États-Unis et Europe: 15$/an; 25$/2 ans

Personnel de direction
Président: Gilles P. Verronneau

INFORMATION
Moment de tombée
Le 1er du mois précédant la parution

Personnel
Rédactrice en chef: Jacqueline Lebrun

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur régional des ventes:
Jean-Guy Bourget

Tarifs publicitaires
Carte No 21 en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Espaces publicitaires courants (en monnaie canadienne)

Format	1 insertion	6 insertions	12 insertions
	$	$	$
1 page	825	785	735
2/3 page	675	645	605
1/2 page	500	470	430
1/2 page excluant îlot	595	565	525
1/3 page	400	375	345
1/4 page	300	275	245
1/6 page	240	230	220
1/8 page	180	170	160

Annonce couleur
Couleur normale: ICA supplément par page 165$
rouge, bleu, vert, jaune
Couleur spéciale, supplément par page: 200$
Procédé 4 couleurs: 500$
Couleur métallique: prix sur demande

Catégories particulières d'annonces
Petite annonce: 40$ par pouce/colonne (1 colonne: 2⅛)
Répertoire professionnel:
6 ins. 12 ins.
60$ 55$
85$ 80$
Simple: 1¼ x 4¾ – 2¼ x 2½
Double: 4½ x 2½
Encarts: fournis par l'annonceur
Verso disponible: 20% extra
Verso non disponible: 50% extra, frais d'encartage 20$/M
Marge perdue: supplément 100$
Encarts fournis par l'annonceur: seuls les encarts, imprimés sur papier de 200M ou moins, sont acceptés. Ils doivent être découpés à 9 po de largeur sur 12 po de hauteur avec en plus, une patte de 3 po à gauche et le pli déjà formé pour le brochage. Il y a un léger supplément pour encarts ne comportant pas de pattes qui doivent être collés.
Quantité requise: 1 000 copies expédiées à nos bureaux

Page ou position spécifiées
Couverture supplément par couleur

	1 ins.	6 ins	12 ins.
	$	$	$
Couvertures 2 et 3 (int.)	950	910	860
Couverture 4 (ext.)	1 000	960	900

Position spéciale: 25% extra

Réservations et heures de tombée
La date de tombée pour la réception des commandes et du matériel publicitaire est un mois précédant la date de parution. Si épreuve requise, le 10 du mois précédent. La revue paraît au début du mois.

Précisions typographiques
Impression d'une page: 7 x 10
Dimension d'une page: 8¼ x 11¼
Nombre de colonnes: 2 – 3
Largeur d'une colonne: 2 3/16 x 3 3/16
Hauteur d'une colonne: 10
Trame des similigravures: 133

Dimension d'une impression à marge perdue: 8⅜ x 11½
Matériel fourni: impression offset
Blanc/noir: « repro » film négatif ou scotchprint
2, 3 et 4 couleurs
« process »: films négatifs ou scotchprints avec épreuves progressives.
Les films ou matériels, non réclamés dans les six mois de la date de publication, sont détruits. Les frais pour photos, retouches, dessins, composition, montage et altérations, incluant détourage de photo, sont facturés à l'annonceur et ne profitent pas du 15% de commission.

Modalités de paiements
Commission: 15%.
Rabais de 2% à 10 jours. (Paiement reçu à nos bureaux jusqu'à 15 jours de la date de facturation).
Net: 30 jours
La commission et le rabais ne sont consentis qu'aux agences de publicité accréditées.

Divers
Service de traduction
Texte général: 0,10$ le mot
Texte technique: 0,12$ le mot
Avis d'annulation
Les avis d'annulation doivent être reçus au plus tard 10 jours avant la date de tombée. L'annulation d'annonce, avant la fin d'un contrat entraînera, le cas échéant, la réclamation d'un paiement d'un rajustement ramenant le prix exigé au tarif que justifiera le nombre d'insertions.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin 1980
9 502

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
0.4%

2640

LA VIE BERTHELAISE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1974, publié le 1er samedi du mois
Édité en français au 630, Frontenac
Berthierville
J0K 1A0
Téléphone: (514) 836-4141
C.P. 510
Berthierville
J0K 1A0
Format: revue
Coût du numéro: 0.50$
Coût de l'abonnement: 6,50$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Gilles Tessier

INFORMATION
Moment de tombée
Le 3e jeudi du mois précédent

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Gilles Tessier

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Gilles Tessier

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er septembre 1979

Annonce courante
1 page: 150$ par insertion
1/2 page: 75$ par insertion
1/4 page: 38$ par insertion

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaires: 15$ par insertion
Carte professionnelle: 15$ par insertion

Page ou position spécifiées
Bas de page (2 pouces, 4 colonnes): 38$ par insertion

Agriculture

2650

LE BULLETIN DES AGRICULTEURS

ABC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1918, publié le 20 du mois
Édité en français par La Compagnie de Publication Rurale Inc.
110, boul. Crémazie ouest, bureau 1100
Montréal
H2P 1B9
Téléphone: (514) 382-4350
Format: revue
Coût du numéro: 0,75$
Coût de l'abonnement: 8$/an; 13$/2 ans; 18$/3 ans

Personnel de direction
Présidente: Lucille Fontaine-Wakefield

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Claude Choquette

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Jacques Lauzon

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante

Format	Fermes*	Fermes et foyers ruraux**
	$	$
1 page	1 800	2 250
2/3 page	1 260	1 575
1/2 page	950	1 190
page junior	950	1 190
1/3 page	640	800
1/4 page	490	610
1/6 page	330	410
1/12 page	170	210

* Produits et services destinés à la ferme seulement
** Tout autre produit et service

Escompte ou prix réduit
2½% pour 3 pages, 1 260 lignes ou plus
5% pour 6 pages, 2 520 lignes ou plus
7½% pour 12 pages, 5 040 lignes ou plus
10% pour 18 pages, 7 560 ou plus

Annonce couleur

Couleur	Fermes*	Fermes et foyers ruraux**
	$	$
Rouge	200 en sus	200 en sus
Toute autre couleur	250 en sus	250 en sus

Catégories particulières d'annonces
Encarts (fournis)
Tout encart de 4 pages (position centrale) pleine grandeur ou format Reader's Digest, doit avoir une languette de 1/4" et 3/16" pour rognure à la partie supérieure de l'encart. Tout autre encart doit avoir une languette minimum de 3". Un échantillon devra être soumis à l'éditeur avec la commande. Tarifs sur demande
Marge perdue
10% de plus: double page centrale perdue (gutter bleed) sans frais
Petites annonces
Sans mise en page 0.40$ le mot, composition en 6 points
Avec mention du casier postal du Bulletin des Agriculteurs et retour des réponses: 2$ de frais de poste
Entête en 10 points, maximum d'une ligne: 4$ la ligne
Les annonces (avec mise en page) de moins de 35 lignes: 4$ la ligne

Page ou position spécifiées
Pages intérieures 4 couleurs sur papier spécial

Procédé ordinaire	Fermes*	Fermes et foyers ruraux**
	$	$
1 page	2 475	3 090
2/3 page	2 150	2 685
1/2 page	1 890	2 360
Page junior	1 890	2 360
Couvertures		
4e couv -4/c	2 975	3 720
4e couv -n/1 c	2 615	3 270
2e et 3e couv-4/c	2 850	3 560
2e et 3e couv-n/1c	2 490	3 110

* Produits et services destinés à la ferme seulement
** Tout autre produit et service

Précisions typographiques
Imprimé « offset »
Largeur de la colonne: 3⅜ x 2⅛
Hauteur: 140 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 2 ou 3

Modalités de paiements
15% d'escompte aux agences reconnues
Escompte au comptant: 2% sur le montant net jusqu'au 1er du mois suivant

Divers
Les espaces entre les unités fixes seront facturés à 4,95$ la ligne pour le produits agricoles et 6,15$ pour tous les autres produits.
Les annonces de plus de 105 lignes de hauteur seront facturées comme colonnes entières.
Tous les textes et contrats d'annonce sont sujets à l'approbation de l'éditeur. La commande doit spécifier l'espace total requis et le format.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
114 620

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
5%

2660

LE COOPÉRATEUR AGRICOLE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1972, publié le 15 du mois
Édité en français par La Coopérative Fédérée de Québec
C.P. 500, Station Youville
Montréal
H2P 2W2
Téléphone: (514) 384-6450
Format: revue
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 2$/an

Personnel de direction
Directeur: Marcel Gingras

INFORMATION
Moment de tombée
Le 5 du mois

Personnel
Rédacteurs: Gérard Vincent
André Vigneau

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Gérard Vincent

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1979

Annonce courante
1 page: 990$ une insertion
3/4 page: 858$ une insertion
2/3 page: 750$ une insertion
1/2 page: 535$ une insertion
1/3 page: 410$ une insertion
1/4 page: 290$ une insertion

Escompte ou prix réduit
6 insertions: escompte de 5%

Annonce couleur
150$ la page

Catégories particulières d'annonces
Page « bleed »: 10$ additionnel

Réservations et heures de tombée
Le 25 de chaque mois précédant la publication.

Précisions typographiques
Espace typographique: 7" x 10"
Format: 8¼" x 11¼"
Deux colonnes à la page. Largeur d'une colonne: 3½"
Trois colonnes à la page. Largeur d'une colonne: 2¼"
Hauteur des colonnes: 10 pouces
Entrées fermées le 25 du mois précédent. Si une épreuve est requise, adresser la copie cinq jours plus tôt.
Clichés: trame 100 (screen)
Les clichés seront faits sur commande et chargés au client.
Hors texte: 11¾" x 9" avec marge de ¾" à gauche pour reliure.
Procédé: offset

Modalités de paiements
Les comptes sont payables sur publication de l'annonce.
Commission aux agences reconnues: 15%
Escompte à trente jours: 2%

Divers
Les clichés, vignettes et autres matériaux d'imprimerie seront conservés pour un an au risque du propriétaire. Ils seront retournés sur demande seulement.
Les clichés sont à la charge de l'annonceur.
L'éditeur se garde le droit de regard sur tous les textes d'annonces.

2670

LE LAPIN DU QUÉBEC

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1962, publié le 20 de chaque mois
Édité en français par L'Association des Éleveurs de Lapins du Québec
525, chemin Saint-Hyacinthe
Saint-Eugène de Grantham
J0C 1V0
Téléphone: (819) 398-2224
C.P. 30
Saint-Eugène de Grantham
J0C 1J0
Format: 8½ x 11
Coût du numéro: gratuit pour les membres

Personnel de direction
Éditrice (secrétaire provinciale):
Micheline Wallace

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 de chaque mois

Personnel
Responsable de la rédaction:
Micheline Wallace

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Micheline Wallace

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1980

Annonce couleur
Imprimé au stencil
1 page: 7" X 9½": 135$ (Avec photo)
1 page: 7" x 9½": 100$ (Texte seulement)
1/2 page: 7" x 4½": 55$
1/4 page: 7" x 2¼": 30$
1/8 page: 3½" x 2¼": 20$

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées
1 insertion: 0,15$ le mot
prix minimum (20 mots ou moins): 3$
Rabais de 10% pour 5 insertions consécutives et plus du même texte.
Annonce de Cercle ou Club: 35$
Annonce de Cercle ou Club affilié à L'A.E.L.Q.: 25$

Page ou position spécifiées
Imprimé à l'offset (pour une période d'un an)
Couverture extérieure: 225$ réservé
Couverture intérieure: 200$ reservé
Page intérieure: 190$

Précisions typographiques
Matériel requis
L'original ou le négatif pour l'impression à l'offset.
L'original ou le texte pour l'impression au stencil.

Modalités de paiements
Toutes les annonces sont payables à l'avance, à moins d'entente préalable.

Divers
Les contrats sont acceptés pour une période d'un an.
Les contrats et les textes publicitaires sont sujets à l'approbation des responsables de la revue.

2680

LE PRODUCTEUR AGRICOLE

CCAB/CFPA

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1977, publié le 20 de chaque mois
Établi en français par La Société d'Éditions du Lac Champlain Ltée
11, Principale
Bedford
J0J 1A0
Téléphone: (514) 248-3356
C.P. 1367
Bedford
J0J 1A0
Format: revue
Coût du numéro: 1$
Coût de l'abonnement:
8$/an; 13$/2 ans; 16$/3 ans

Personnel de direction
Président: Ulysse Bernier
Directrice générale: Anne-Lise Brien

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi de la dernière semaine du mois précédant la parution

Personnel
Rédactrice en chef:
Madeleine Lemieux-Pierce
Responsable de l'information: Anne-Lise Brien

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité: Isabelle Poutré

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur le 1er juin 1980

Annonce courante

Noir et blanc	Largeur	Hauteur	Le Producteur Agricole
			$
1 page	7	10	1 195
2/3 page	7	6½	905
	4½	10	
1/2 page	7	4⅞	690
	3⅜	10	
	4½	7½	
1/3 page	7	3⅛	480
	2⅛	10	
	4½	4⅞	
1/4 page	3⅜	4⅞	360
	7	2⅜	
1/6 page	2⅛	4⅞	255
1/8 page	2⅛	3⅜	205
1/12 page	2⅛	2½	140

Escompte ou prix réduit
Les escomptes s'appliquent uniquement dans les cas de contrats d'espace, pour la publicité paraissant dans 12 mois consécutifs.
Les contrats ne seront pas acceptés pour plus que 12 mois. Les escomptes s'appliquent à l'espace et à la couleur.
5 parutions: 5%
10 parutions: 7½%

Annonce couleur
Standard:
Noir et 1 couleur: 190$
Noir et 2 couleurs: 300$
Noir et 3 couleurs: 485$
4 couleurs process
(Quadrichromie): 570$

Page ou position spécifiées
4e couverture
noir et 2 couleurs: 2 100$
4 couleurs process: 2 275$
2e et 3e couverture
noir et 2 couleurs: 1 800$
4 couleurs process: 2 060$
Position préférentielle et page à marge perdue (bleed): supplément de 15%

Réservations et heures de tombée
Le producteur agricole est publié (10 fois) par année, sauf décembre/janvier et juillet/août qui sont groupés.
La date de parution est le 20 du mois de publication et la date de tombée pour la réception du matériel publicitaire est 14 jours avant la publication, 21 jours pour procédé de 4 couleurs.

Précisions typographiques
Imprimé par procédé offset
Format fini: 8¼" x 10⅞"
Grandeur de forme (420 lignes agate):
7" x 10"
Format à marge perdue (bleed): 8⅞₁₆" x 11⅛"
Format à marges perdues 2 pages:
16⅞" x 11⅛"
Nombre de colonnes: 3
Largeur de la colonne: 2⅛" (13 picas)
Hauteur de colonne: 10"
Trame de similigravures 133, épreuves de reproduction, demi-tons, velox et matériel de procédé offset standard.
Encarts: sur demande

Modalités de paiements
Les agences de publicité reconnues recevront 15% de commission et pourront déduire un escompte de caisse de 2% pour paiement reçu, dans les 14 jours de la date de facturation.

Divers
L'éditeur ne sera pas responsable du matériel non réclamé dans les douze mois suivant sa publication.
Aucun contrat ne sera accepté pour plus que douze mois.
Le texte de l'annonce est sujet à l'approbation de l'éditeur.
L'éditeur se réserve le droit de placer le mot publicité en haut et/ou en bas de toute annonce.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin 1980
45 415

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
1,7%

2690

LE PRODUCTEUR DE LAIT QUÉBÉCOIS

CBP/ACPA

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1980, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par l'Office des producteurs de lait du Québec
515, avenue Viger
Montréal
H2L 2P2
Téléphone: (514) 288-6141, poste 234
Format: revue
Coût du numéro: 0,75$
Coût de l'abonnement: 7,50$/an

Personnel de direction
Directeur: Jean-Marc Kirouac

INFORMATION
Moment de tombée
5 semaines avant le 1er du mois de parution

Personnel
Rédacteur en chef: Pierre Courteau

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Bernard Danis

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er septembre 1980

Annonce courante
Page complète, noir et blanc
420 lignes: 1 000$
2/3 page, 280 lignes: 800$
Page junior (4½ x 7½), 210 lignes: 600$
1/3 page, 140 lignes: 400$
1/4 page, 105 lignes: 300$
1/6 page, 70 lignes: 200$
À la ligne agate: 2,85$

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 200$
Noir et 2 couleurs: 300$
Similigravure (process) 4 couleurs: 450$

Page ou position spécifiées
25% en supplément

Exigences minimales et maximales
Hauteur minimum des annonces:
1 colonne: 10 lignes
2 colonnes: 20 lignes
3 colonnes: 40 lignes
Les annonces, qui mesurent 120 lignes de hauteur, sont chargées aux taux d'une pleine colonne

Réservations et heures de tombée
La réservation d'espace et le matériel publicitaire doivent parvenir 5 semaines, avant la date de publication.

Précisions typographiques
Page imprimée: 7 x 10, 3 colonnes, 420 lignes
Grandeur pleine page: 8¼ x 10⅞

Bleed: aucun extra
Largeur de la colonne: 13 ems
3 colonnes par page
Hauteur: 140 lignes agate
Imprimé à l'offset
Trame requise: 133
Matériel requis:
l'original ou le négatif, pour noir et blanc. Le dessin-clef ainsi que l'épreuve et les couleurs, pour annonces en couleur. Le négatif ainsi que le progressif, pour similigravure

Modalités de paiements
Commission des agences: 15%
Terme: 2% sur le prix net
Date de paiement: Le 20 du mois suivant

Divers
Les contrats et les textes publicitaires sont sujet à l'approbation des éditeurs. Les commandes doivent spécifier un montant d'espace défini.
Les contrats sont acceptés pour une période maximale d'un an.

2700

LA TERRE DE CHEZ NOUS

ABC/CBP/ACPA

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1929, publié le jeudi
Édité en français par l'Union des producteurs agricoles
515, avenue Viger
Montréal
H2L 2P2
Téléphone: (514) 288-6141
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,25$
Coût de l'abonnement:
10$/an; 15$/2 ans; 20$/3 ans

Personnel de direction
Directeur: Jean-Marc Kirouac

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi
Agence de presse:
Commodity News Service

Personnel
Rédacteur en chef: Pierre Courteau

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Bernard Danis

Tarifs publicitaires
Carte No 29 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 2,75$ la ligne agate
Coût de la page, noir et blanc (pleine page): 2 255$
Coût de la page, noir et blanc (junior - 7 x 10): 1 155$

Escompte ou prix réduit
Jusqu'à 4 099 lignes: 2,75$
4 100 à 6 499 lignes: 2,65$
6 500 lignes et plus: 2,55$
Le nombre de lignes sera compté du 1er janvier au 31 décembre.
Rétroactivité à partir de la ligne, lorsqu'il y a contrat de réservation d'espace de 4 100 lignes et plus.

Annonce couleur
Noir plus rouge régulier: 150$
Noir plus toute autre couleur (1): 200$ en sus du tarif d'une annonce courante.
Noir plus 2 couleurs: 400$ en sus du tarif d'une annonce courante
Noir plus 4 couleurs: 650$
Le coût de production pour une annonce en simili-gravure (process) sera le même que pour une annonce en 4 couleurs, à condition que le matériel d'impression au complet soit fourni par l'annonceur ou son agence; autrement les frais supplémentaires seront au frais de l'annonceur.

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées:
les annonces classées diverses (« demandé » ou « à vendre », etc): 0,22$ du mot, minimum 4,40$ par insertion. Les initiales et les nombres comptent chacun pour 1 mot: 2,25$ en plus pour les titres en 8 pts noir capital.
Annonces classées commerciales:
1,45$ la ligne agate (20% de rabais pour 5 insertions ou plus de la même annonce).
Les annonces classées sont payables d'avance.

Page ou position spécifiées
25% en sus.

Exigences minimales et maximales
Hauteur minimum des annonces
1 col.: 10 lignes
2 col.: 20 lignes
3 col.: 40 lignes
4 col.: 60 lignes
Les annonces qui mesurent 185 lignes sont chargées aux taux d'une pleine colonne.

Réservations et heures de tombée
Les textes en noir et blanc doivent être entre les mains de l'éditeur, le mercredi précédent. Les formes comprenant des annonces en couleur, soit noir plus 1 couleur additionnelle, ferment le mercredi précédant la date de publication. Pour plus d'une couleur, deux semaines de préavis sont exigées.

Précisions typographiques
Page imprimée: 10" x 14½", 4 col., 820 lignes
Largeur de la col.: 13 ems
Hauteur de la col.: 205 lignes agate
Imprimé offset
Trame requise: 85
Matériel requis:
L'original ou le négatif pour noir et blanc. Le dessin-clef ainsi que l'épreuve et les couleurs pour annonces en couleurs.
Le négatif, ainsi que le progressif pour similigravure.

Modalités de paiements
Date de paiement: le 20 du mois suivant.
Commission des agences: 15%
Terme: 2% sur le prix net

Divers
Les contrats et les textes publicitaires sont sujets à l'approbation des éditeurs. Les commandes doivent spécifier un montant d'espace défini.
Les contrats sont acceptés pour une période maximum d'un an.
Les annonces sont chargées selon l'espace occupé par le texte français.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
52 081

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
0,2%

Alimentation et restauration

2710

L'ALIMENTATION AU QUÉBEC

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1961, publié la 2e semaine de chaque mois
Édité en français par Les Éditions du Marchand québécois Inc.
7160, boul. Pie IX
Montréal
H2A 2G4
Téléphone: (514) 729-2874
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an; 20$/2 ans; 30$/3 ans
Ailleurs: 15$/an

Personnel de direction
Président: Marcel Beaulieu

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 du mois précédant la parution

Personnel
Rédacteur en chef: Robert Bastien

PUBLICITÉ
Personnel
Représentant national: Robert Perno
Représentant régional: Gilbert Hamel

Tarifs publicitaires
Carte No 16 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif à la ligne: 1,55$
2 100 lignes: 1,50$
4 800 lignes: 1,45$
7 200 lignes: 1,40$

Annonce couleur
Couleur standard (rouge, jaune, bleu, vert)
Tarif par couleur, par page, par annonce: 145$
Couleur spéciale: 230$
Procédé 4 couleurs: 490$

Catégories particulières d'annonces
Nominations: 2$ la ligne agate
Encarts, insertion collage
Prix du noir et blanc pour l'espace utilisé.
Quantité: 12 500
Frais d'insertion d'encarts: 30$/1 000
« L'Alimentation au Québec », le mois et l'année devront être imprimés sur les encarts

Page ou position spécifiées
Toute position garantie: 25% en sus
Couverture 2 et 3 (page entière seulement): 25% en sus
Couverture 4 (page entière seulement): 35% en sus
Page centrale (center spread): 25% en sus
Page centrale double (additionnel): 100$
Page à marge perdue: sans frais supplémentaire

Précisions typographiques
Imprimé offset, « Sheetfed
Format de page d'annonce: 9¾ x 14¼
Format fini: 11 x 15⅝
Page junior: 140 lignes x 5 colonnes
Page jumbo: 160 lignes x 5 colonnes
Largeur de la colonne: 9 picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes agate
Nombre de colonnes par page: 6
Trame pour demi-ton: 133
Pour noir et blanc « scotch prints » ou films négatifs 2 et 2 couleurs: films négatifs
Procédé 4 couleurs: 1 jeu de films négatifs ou « scotch print avec épreuves progressives

Modalités de paiements
Commission de l'agence: 15%
Net 30 jours
Paiement en monnaie canadienne

Divers
L'éditeur se réserve le droit de hausser ses taux, selon les besoins et exigences de facteurs économiques imprévisibles. Dans un tel cas, un avis de 90 jours sera signifié au préalable à l'annonceur et, s'il le désire, ce dernier pourra annuler les annonces en cours, sans avoir à subir de rajustements
Tout texte d'annonce est sujet à l'approbation de l'éditeur qui se réserve le droit d'insérer le mot « annonce », au haut ou au bas de cette dernière

2720

BARRIQUE ET MARMITE

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) publié la 2e semaine du mois
Édité en français par Publication la Barrique Enr.
2949, avenue de Soissons
Montréal
H3S 1W1
Téléphone: (514) 733-5288

Format: revue
Coût du numéro: 1,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 10$/an; 18$/2 ans
À l'étranger: 18$/an

Personnel de direction
Éditrice: Claire Plante-Lambin

INFORMATION
Personnel
Rédaction: Claire Plante-Lambin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean Séguin & Associés Inc.
601, Côte Vertu
Saint-Laurent
H4L 1X8
Téléphone: (514) 748-6561

Personnel
Directeur de la publicité: Jean Malboeuf

Tarifs publicitaires
Carte No 6 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unités d'espace	1 fois	5 fois	10 fois
	$	$	$
1 page	750	690	640
2/3 page	660	620	580
1/2 page (isolée)	560	520	480
1/2 page	470	440	400
1/3 page	430	390	350
1/4 page	330	270	240
1/6 page	290	260	240

Annonce couleur
Couleur spéciale, par couleur: 185$ de plus
Quadrichromie: 450$ de plus

Catégories particulières d'annonces
Nominations et annonces spéciales (commissionnables): 40$ par pouce/colonne
Encarts: tarifs sur demande
Tranché à vif: 15% de plus

Page ou position spécifiées
Couverture 1: non disponible
Couverture 2 ou 3: 25% de plus
Couverture 4: 50% de plus
Position préférentielle: 25% de plus

Réservations et heures de tombée
Le 4 du mois précédent

Précisions typographiques
Impression: offset

Unité	Largeur	Hauteur
2/3 page	4⅝	9⅞
1/2 îlot	4⅝	7⅜
1/2 page	7	4⅞
1/2 page	3⅜	9⅞
1/3 page	2¼	9⅞
1/3 page	4⅝	4⅞
1/4 page	7	2⅜
1/4 page	3⅜	4⅞
1/6 page	2¼	4⅞
1/8 page	2¼	3½

Page imprimée: 7 x 9⅞
Page taillée: 8¼ x 10⅞
Tranché à vif: 8½ x 11
Largeur des colonnes: 13½ picas ou 2¼"
Nombre de colonnes: 3
(Négatifs, photographies, dessins ou épreuves de presse requis)

Modalités de paiements
15% de commission aux agences
2% d'escompte sur paiement net en 10 jours

2730

LE DISTRIBUTEUR ET LE DÉTAILLANT CANADIEN/ CANADIAN DISTRIBUTOR AND RETAILER

BDA/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1977, publié le 1er du mois
Édité en français et en anglais par Canam Trade Publications Ltd
880, boul. Décarie, bureau 7
Saint-Laurent
H4L 3L9
Téléphone: (514) 744-4518
Format: revue
Coût du numéro: 1$
Coût de l'abonnement: 8$/an

Personnel de direction
Président: D.V. Cook

INFORMATION
Moment de tombée
30 jours avant la publication

Personnel
Rédacteur en chef: Anthony Ross

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Carte No 6 en vigueur le 1er juin 1980

Annonce courante
Noir et blanc

Unité	1 fois	5 fois	10 fois
	$	$	$
1 page	1 300	1 110	1 040
2/3 page	1 040	890	830
1/2 page (îlot)	980	830	780
1/2 page	780	665	625
1/3 page	520	445	420
1/4 page	395	335	315

Sans marge: 15% de plus

Annonce couleur
Quadrichromie

Unité	1 fois	5 fois	10 fois
	$	$	$
1 page	1 825	1 635	1 565
2/3 page	1 565	1 415	1 355
1/2 page îlot	1 505	1 355	1 305
1/2 page	1 305	1 190	1 150
1/3 page	1 045	970	945
1/4 page	920	860	840

Couleurs: 250$ par page

Page ou position spécifiées
Couvertures (en quadrichromie)

Couverture	1 fois	5 fois	10 fois
	$	$	$
4e couverture	3 210	2 820	2 690
2e couverture	2 565	2 270	2 170
3e couverture	2 565	2 270	2 170

2e couverture plus la page opposée:
Tarif de la couverture, plus celui d'une page noir et blanc, moins 10%.
15% de plus pour la marge perdue.
25% de plus pour une position préférée
Non disponible en demi-page.
Position spécifiée dans le magazine: 25% de plus.

Réservations et heures de tombée
Le 1er du mois précédant la publication

Précisions typographiques
Couverture: papier couché 120M
Intérieur: papier couché 120M
Imprimé par plaque offset en polychromie
Page type: 7 x 10
Largeur de la colonne 14 et 20 picas
Format soigné: 8¼ x 11¼
Format sans marge: 8⅜ x 11½
Format des encarts: 8⅛ x 11⅛
Trame demi-ton: 120, 133

Modalités de paiements
Commission d'agence non incluse dans les tarifs.
Escompte comptant: 2% en 10 jours
Payable en devises canadiennes, net en 30 jours après l'émission de la facture.

Divers
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter ses tarifs, si rendu nécessaire par les conditions économiques, et d'en aviser ses clients à l'aide d'un avis écrit de 90 jours. Si l'annonceur refuse cette hausse, il peut résilier son contrat.
Toute annonce est sujette à l'approbation de l'éditeur, qui se réserve le droit d'indiquer le mot « annonce » au-dessus ou en-dessous de toute publicité.
Les films sont entreposés pour 6 mois.
Tout le travail technique (photos, dessins, films, retouches) est facturé à l'annonceur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin 1980
27 060

Organisme de certification de tirage
BDA (division de CCAB)

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
63,2%

2740

L'ÉPICIER

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1946
Édité en français par la Société des publications spécialisées Maclean-Hunter
625, Président Kennedy
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141
Format: revue
Coût du numéro: 3$
10$ (si incluant une étude de marché)
Coût de l'abonnement
Canada: 14$/an; 21$/2 ans

Personnel de direction
Directeur des revues spécialisées:
F. Gabriel Marchand
Directeur de la publication:
Jean-Michel Chagnon

INFORMATION
Moment de tombée
le 1er du mois précédent

Personnel
Rédactrice en chef: Françoise Pitt

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice des ventes publicitaires:
Ginette C. Fortin
Responsable des ventes locales:
J.E. Major

Tarifs publicitaires
Carte No 6 en vigueur en 1981

Annonce courante

Unité	11 et plus	6 à 10	3 à 5	1-2
		Insertion		
	$	$	$	$
1 page	905	957	1 008	1 040
2/3 de page	772	815	860	895
1/2 page isolée	662	700	735	765
1/2 page	551	582	613	635
1/3 de page	462	488	515	535
1/4 de page	356	376	395	415
1/6 de page (nominations)	–	–	–	295
1/8 de page (cartes d'affaires)	–	–	–	230

Annonce couleur
Rouge, bleu, vert, orange ICA (AAAA)
Supplément par page et par couleur: 180$
Couleurs assorties
Supplément par page et par couleur: 195$
Quadrichromie: supplément par page: 535$
Pages additionnelles consécutives en quadrichromie dans le même numéro: supplément par page: 490$

Catégories particulières d'annonces
Petites annonces encadrées: 40$ par pouce d'une colonne.
Minimum 2 pouces, traduction: 15$ (prix fixe).
Aucune commission d'agence.
Encarts
Expédier à L'épicier, a/s Imprimerie Coopérative Harpell, 1, Pacifique, Sainte-Anne-de-Bellevue, Québec. Indiquer le nombre d'encarts expédié et la date d'insertion sur chaque emballage.
Poids maximal du papier: 80 lbs (25 x 38 – 160 M).
Quantité: ne pas s'en tenir au rapport C.C.A.B., consulter le directeur de la publicité.
Format rogné: les encarts d'une page seront fournis rognés à 8⅜" (213mm) sur 11⅝" (295mm). Les encarts d'une double page seront fournis rognés à 16¾" (416mm) sur 11⅝" (295mm).
Les encarts de tout autre format pourraient imposer de la manipulation. Faire parvenir les impératifs d'avance. Prétirage d'encarts destinés aux consommateurs.
Tarif: encarts normaux fournis – chaque page d'encart publiée et fournie par l'annonceur sera facturée au prix applicable d'une page en noir et blanc.
Encarts à pages multiples*
4 pages: 3 744$ (3.6 pages ROP)
6 pages: 4 888$ (4.7 pages ROP)
8 pages: 5 408$ (5.2 pages ROP)
12 pages: 6 240$ (6.0 pages ROP)
Pages supplémentaires à 520$ (0.5 pages ROP)
* Le tarif dégressif ne s'applique pas sur les tarifs des encarts à pages multiples.
Frais de retiration: 274$.
Verso sans impression: 50% du prix de l'espace applicable.
Prévoir un blanc latéral supplémentaire de 2" aux encarts.
Carte-réponse à encarter: Frais de manipulation de 20$ le m. en plus des frais d'espace pour les cartes de format inférieur à 4" sur 6" (102mm x 153mm). 10$ le m ou moins pour les cartes de 4" sur 6" (102mm x 153mm), suivant la possibilité de manipulation.
Renseignements spéciaux: piqûre à dos. L'impression peut être à fond perdu dans les marges intérieures.
Prétirage d'encarts destinés au consommateurs: tarif de base, 50% de la surface d'impression. Aucun frais de retiration. Le prétirage doit comprendre ou accompagner un minimum d'une page d'annonce commerciale, le tarif en vigueur s'applique. Le prétirage destiné aux consommateurs peut être une revue, un journal ou un scénario-maquette de télévision, etc... Prière d'obtenir auparavant les impératifs techniques du directeur commercial de la publicité.
Fond perdu: prix d'une page ou d'une fraction de page à fond perdu.
(format minimal accepté: ⅓ de page): 90$

Page ou position spécifiées

Couvertures	6 à 10	3 à 5	1-2
	Insertion		
	$	$	$
(1re non-disponible)			
2e et 3e	1 190	1 260	1 325
4e	1 435	1 512	1 590

Emplacements spéciaux: tout emplacement spécial est soumis à l'approbation de l'éditeur.
Supplément de 25% par annonce.

Réservations et heures de tombée
Date de publication: le 20 du mois précédent
Date de tombée: 27 du 2e mois précédant la date de la publication.
Prévoir trois jours de plus, pour la traduction, lorsque ce service est requis.

Précisions typographiques
Format du magazine d'information.
Procédé d'impression: offset
Format de la page rognée: 8⅛" (205mm) de largeur sur 10⅞" (275mm) de hauteur.
Formats normaux des annonces en pouces (mm).

	Largeur	Hauteur
1 page	7"	10"
2/3 page	4⅝"	10"
1/2 page (isolée)	4⅝"	7½"
1/2 page	7"	4⅞"
1/3 page	2¼"	10"
1/4 page	7"	2⅜"
1/6 page	2¼"	4⅞"
1 page	(178mm)	(254mm)
2/3 page	(117mm)	(254mm)
1/2 page (isolée)	(117mm)	(191mm)
1/2 page	(178mm)	(124mm)
1/3 page	(57mm)	(254mm)
1/4 page	(178mm)	(60mm)
Pour nominations seulement		
1/6 page	(57mm)	(124mm)

Largeur de la colonne: 2¼" (57mm)
Hauteur de la colonne: 10" (254mm)
Nombre de colonnes par page: trois colonnes de 2¼" (57mm).
Trame – noir et deux couleurs: 100. Quadrichromie: 120
(rouge, bleu, noir) et 133 (jaune).
Film d'une page à fond perdu: 8⅜" (213mm) sur 11⅝" (295mm), à rogner à 8⅛" (205mm) sur 10⅞" (275mm).
Film d'une double page à fond perdu: 16¾" (426mm) sur 11⅝" (295mm) à rogner 16¼" (412mm) sur 10⅞" (275mm).
Les encarts imprimés seront fournis rognés à 8⅜" (213mm) sur 11⅝" (295mm).
Piqûre: à dos. Prévoir un blanc latéral supplémentaire de 2" aux encarts pour la piqûre.
L'éditeur pourra détruire le matériel d'impression offset non réclamé, dans les douze mois suivant sa dernière utilisation. Les films réalisés pour le compte des annonceurs sont facturés aux prix courants du photograveur.
Matériel d'impression offset accepté par ordre de préférence: film négatif, film positif, contre-épreuve scotch. Le travail artistique final, les modifications au travail artistique existant, les photographies et la typographie spéciales font l'objet de frais supplémentaires.

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15% aux agences reconnues seulement, sur la facturation brute de l'espace, des couleurs, du fond perdu, de l'emplacement et des frais spéciaux d'encarts.
Aucune autre commission n'est accordée sur les autres frais: modifications techniques, tirés-à-part, petites annonces, etc.
Escompte de caisse: 2% du montant net.
Délai d'escompte: le 10 du mois suivant la date de la facture.
Les factures sont payables au bureau de l'éditeur, en monnaie canadienne ou autre d'un montant équivalent au cours du change en vigueur, au moment du paiement.

Divers
Le tarif dégressif s'applique exclusivement aux annonces commerciales de l'annonceur; les annonces, qu'il fera publier pour le compte d'autres établissements, lui seront facturées, conformément au présent tarif suivant l'espace utilisé.
L'annonceur et l'agence de publicité ne tiendront l'Épicier responsable d'aucune façon de la non insertion éventuelle de toute annonce, quelle qu'en soit la cause.
Les frais de photographies, de films et de travaux de production sont en supplément au prix de l'espace et facturés séparément. Les films sont facturés aux prix courants des photograveurs. Le travail artistique final, les modifications au travail artistique existant, les photographies et la typographie spéciale font l'objet de frais supplémentaires.
Les accords verbaux ne sont pas reconnus par l'éditeur.
Le présent tarif pourra être modifié sans préavis.
L'éditeur ne sera lié d'aucune façon par toutes conditions, imprimées ou énoncées autrement aux contrats ou pièces d'instructions relatives aux textes, lorsqu'elles seront contraires à celles du présent tarif.
L'éditeur ne sera pas responsable de la reproduction imparfaite des couleurs des annonces, à moins que des épreuves-gammes conformes aux impératifs ne lui soient fournies.
Tous les films d'impression offset, etc., non réclamés un an après leur dernière utilisation, seront détruits par l'éditeur.

Contrats et textes
Si la première annonce du contrat n'est pas publiée dans les deux mois suivant la date du contrat, tout nouveau tarif entré en vigueur au cours de cette période s'appliquera. Le tarif est établi d'après l'espace total utilisé au cours des douze mois, suivant la date de la première insertion. Le tarif de programmes composés d'annonces de formats différents est établi, pour chaque format, d'après l'espace total utilisé: p.ex. 3 pages entières et 6 demi-pages équivalent à 6 pages entières ou à 12 demi-pages. Les pages entières bénéficient alors du tarif de 6 insertions et les demi-pages du tarif de 10 insertions.
Tout emplacement spécial est soumis à l'approbation de l'éditeur.
L'annonceur et l'agence de publicité assument la responsabilité du contenu entier des annonces imprimées (y compris le texte, la présentation et les illustrations) et assumeront aussi la responsabilité de tout recours contre l'éditeur, à la suite de leur publication.
Le mot « annonce » sera inscrit en tête de tout texte qui, selon l'avis de l'éditeur, présente un caractère rédactionnel.

Service de traduction
Les textes d'annonces sont traduits, gratuitement de l'anglais au français. Les expressions idiomatiques ou termes sans équivalents, marques de fabrique ou raisons sociales, ne seront pas traduits ou le seront par l'expression jugée la plus appropriée.
Les annonceurs désirant que certains termes, marques de fabrique ou slogans ne soient pas traduits devront l'indiquer sur le texte anglais en les encerclant. Si des épreuves sont requises aux fins de vérification, le texte devra parvenir une semaine avant la date de tombée, le 10 du 2e mois. Dans le cas contraire, le texte traduit sera publié tel quel, sans engager d'aucune manière la responsabilité de l'éditeur.

Envoi du matériel
Adresser tous textes d'annonces et films directement à l'Épicier, a/s Maclean-Hunter Limitée, 625, Avenue du Président-Kennedy, Montréal, Québec H3A 1K5.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 mars 1980
10 054

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
1%

2750

HÔTELLERIE RESTAURATION

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1926, publié le 10 de chaque mois
Édité en français par le Conseil de l'Hôtellerie et de la Restauration Inc.
1500, Stanley, bureau 410
Montréal
H3A 1R3
Téléphone: (514) 843-4953
Format: revue
Coût de l'abonnement: 20$/an

Personnel de direction
Éditeur: Henri-Paul Garceau
Directeur: Gérard Delage

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Henri-Paul Garceau

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jacques Lauzon et Associés Ltée
50 Place Crémazie, bureau 324
Montréal
H2P 2S9
Téléphone: (514) 382-8630

Tarifs publicitaires
Carte No 27 en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante
1 page: 995$/insertion
2/3 page: 800$/insertion
1/2 îlot: 670$/insertion
1/2 page: 635$/insertion
1/3 page: 430$/insertion
1/4 page: 330$/insertion
1/6 page: 250$/insertion
1/8 page: 200$/insertion

Escompte ou prix réduit

Unité	6 insertions	10 insertions
	$	$
1 page	930	880
2/3 page	745	705
1/2 îlot	635	585
1/2 page	590	555
1/3 page	405	380
1/4 page	305	280
1/6 page	240	270
1/8 page	190	175

Annonce couleur
160$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante
475$ pour la quadrichromie

Catégories particulières d'annonces
Encarts (fournis): prix sur demande
Tranché à vif: 15%, en sus du tarif d'une annonce courante.

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante
Couvertures intérieures: 175$ en surplus
Dernière couverture: 200$ en surplus

Réservations et heures de tombée
Le 10 du mois précédent

Précisions typographiques
Procédé lithographique: offset
Page imprimée: 7" x 10
Page taillée: 8¼" x 11¼"
Largeur de colonne: 3¼" ou 2¼"
Nombre de colonnes: 2 ou 3
Tranché à vif: 8⅜" x 11½"
Négatif demi-ton, trame: 120
Matériel requis: négatifs, dessins ou épreuves de presse
Le matériel excédant 7" x 10" sera considéré comme tranché à vif
Dimension des encarts non taillés: 8⅜" x 11½"
Dimension des encarts non taillés: 8¼" x 11¼"

Modalités de paiements
15% de commission aux agences
2% d'escompte sur paiement effectué dans les 30 jours

Artisanat

2760

PARLURE

AEPCQ

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1976, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par les Éditons Parlure Inc.
41, Sous-le-Fort
Québec
G1K 4G9
Téléphone: (418) 694-0260
Format: revue
Coût du numéro: 1,75$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an; 28$/2 ans
Étranger: 25$/an

Personnel de direction
Président et éditeur: Jean Vallières

INFORMATION
Moment de tombée
Le premier du mois précédant la date de parution

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante

Unité	1 numéro	6 numéros	10 numéros
	$	$	$
1 page	300	270	255
2/3 page	225	205	195
1/2 page	175	160	150
1/3 page	125	115	105
1/4 page	100	90	85
1/8 page	60	55	50

Annonce couleur
4 couleurs process, par page, par annonce: 400$ add.
(le client devra fournir les séparations de couleur)
1 couleur supplémentaire, par couleur, par page, par annonce: 150$ add.

Page ou position spécifiées

Couverture	1 numéro	6 numéros	10 numéros
	$	$	$
2e et 3e couverture	435	390	370
4e couverture	650	585	560

Réservations et heures de tombée
Le 4 du mois précédant la date de publication.

Précisions typographiques
Formats d'annonce
1 page: 7½" x 9¾"
2/3 page ver.: 4⅞" x 9¾"
2/3 page hor.: 7½" x 6½"
1/2 page hor.: 7½" x 4⅞"
1/3 page ver.: 2¼" x 9¾"
1/3 page hor.: 7½" x 3¼"
1/4 page ver.: 3½" x 4⅞"
1/4 page hor.: 7½" x 2½"
1/8 page hor.: 3½" x 2"

Modalités de paiements
Conditions de paiement: net 30 jours.
2% d'escompte dans les 10 jours

Divers
Le client devra fournir les épreuves de son annonce (texte et cliché).
La composition et le montage sont aux frais du client.

Assurance - coopération - et finance

2770

ACTION CANADA FRANCE

IDENTIFICATION
Mensuel (10 numéros/an) établi en 1976, publié la 2e semaine du mois
Édité en français et anglais par Revue Action Canada France
1080, Beaver Hall, bureau 826
Montréal
H2Z 1S8
Téléphone: (514) 866-2797
(514) 866-0178
Format: revue
Coût du numéro: Canada, 1,50$; États-Unis, 1,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an
Autres pays: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur: Bertrand Namy
Président: Gilles Léveillé

PUBLICITÉ
Personnel
Responsables de la publicité:
Louise Rivest
Gilles Mourette

Tarifs publicitaires
Carte No 81 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	1 fois	3 fois	6 fois	10 fois
	$	$	$	$
1 page	440	415	395	380
2/3 page	370	345	325	310
1/2 page	290	275	265	250
1/3 page	225	210	200	185
1/4 page	160	150	140	125
1/6 page	120	110	100	90
1/8 page	80	75	70	65

Annonce couleur
1 couleur standard: 160$
2 couleurs standard: 320$
3 couleurs standard: 480$
1 couleur spéciale: extra 15%

Catégories particulières d'annonces
Page à marge perdue: sur tarif d'espace et frais de couleur, extra 15%. Possible pour le format ½ page ou plus.
Encarts: tarifs sur demande.

Page ou position spécifiées

Couverture	1 fois	3 fois	6 fois	10 fois
	$	$	$	$
2e ou 3e couverture	550	515	480	430
4e couverture	630	600	560	500

Position préférentielle: extra 20%

Réservations et heures de tombée
Au plus tard, le quinze du mois précédant la parution

Précisions typographiques
Données techniques: imprimé par procédé « offset », 3 colonnes
Format fini: 8¼ x 11¼ (centimètre: 21 x 28,5)

Format fini de l'annonce		Largeur		Hauteur
1 page	7 po	17.8 cm	10 po	25.4 cm
2/3 page	7	17.8	6½	16.5
2/3 page	4½	11.4	10	25.4
1/2 page	7	17.8	4⅞	12.4
1/2 page	3⅜	8.6	10	25.4
1/2 page	4½	11.4	7½	19.1
1/3 page	7	17.8	3⅛	8
1/3 page	2⅛	5.4	10	25.4
1/3 page	4½	11.4	4⅞	12.4
1/4 page	3⅜	8.6	4⅞	12.4
1/4 page	7	17.8	2⅜	6
1/6 page	2⅛	5.4	4⅞	12.4
1/8 page	3⅜	8.6	2⅜	6

Modalités de paiements
Net 30 jours, de la date de facturation
Agences de publicité
Commission: 15%
Escompte de caisse: 2% à 15 jours
Net 30 jours, de la date de facturation

2780

ENSEMBLE!

CCAB/AHR

IDENTIFICATION
Bimensuel (22 fois/an) établi en 1940, publié à tous les 2 vendredis
Edité en français par les Editions Solidarité Inc.
2030, boul. Père Lelievre, bureau 200
Québec
G1P 2X1
Téléphone: (418) 527-3467
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement
Canada: 8$/an
États-Unis: 9$/an
Autres pays: 10$/an

Personnel de direction
Directeur général: Jean-Paul Légaré

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité
Jean-Marc Lamoureux

Tarifs publicitaires
Carte No 22 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
La ligne agate: 1,32$
2 400 lignes agate par année: 1,30$
3 600 lignes agate par année: 1,28$
7 200 lignes agate par année: 1,26$
14 400 lignes agate par année: 1,24$
26 400 lignes agate par année: 1,22$

Annonce couleur
Couleur standard: 150$
(rouge-bleu-vert-jaune-orange)
Couleur spéciale: 150$
4 couleurs: 500$
L'éditeur n'est pas responsable de la reproduction de la publicité en couleur, à moins que l'annonceur ne lui fournisse des épreuves à report.

Catégories particulières d'annonces
Tarif: carte d'affaires
Maximum 100 lignes par annonce
1 fois: 0,95$ la ligne agate
12 fois: 0,90$ la ligne agate
22 fois: 0,85$ la ligne agate
Tarif: autre (non cumulatif)
Nomination – offre d'emploi: 1,10$
Cours – livres: 0,50$

Page ou position spécifiées
Position préférentielle: supplément 15%

Réservations et heures de tombée
Le deuxième mercredi avant la publication

Précisions typographiques
Imprimé par procédé offset – Trame 85%
Format tabloïd: (11¼" x 15½")
Texte (10¼" x 14½")
Nombre de colonnes 6 x 200 (1 200 lignes agate)
Largeur des colonnes
(1) 9½ ems (2) 20 ems
(3) 30½ ems (4) 41 ems
(5) 51½ ems (6) 62 ems
Matériel requis: pour le noir et le blanc
1 jeu de négatifs ou vélox
En quadrichromie: 1 jeu de films négatifs ou positifs

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Escompte à 30 jours de la fermeture: 2%

Divers
À moins d'avis contraire, le matériel demeure la propriété de les Éditions Solidarité Inc.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1979
21 662

Organisme de certification de tirage
CCAB

2790

INFO 81

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par l'Association des courtiers d'assurance de la province de Québec
300 Léo-Parizeau
Montréal
Téléphone: (514) 842-2591
C.P. 985 Succ. Tour Cité
Montréal
H2W 2N1
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur: Herman Brassard

INFORMATION
Moment de tombée
le 20 du mois précédent

Personnel
Rédaction: Herman Brassard

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Suzanne Soucay

Tarifs publicitaires
Annonce courante
15$ pour 1 pouce de texte composé

Astrologie et ésotérisme

2800

HOROSCOPE QUOTIDIEN

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par
Super Magazine Inc.
8023, Jarry est
Montréal
H1J 1H6
Téléphone: (514) 353-7660
Format: revue
Coût du numéro: 1,25$
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur: Roger Chabot

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Allen Boucher

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur en 1981

Annonce courante
Tarif national 1 page: 200$
1/2 page: 125$
1/4 page: 75$

Annonce couleur
Supplément pour chaque couleur: 65$
La séparation des couleurs doit être fournie par le client.

Catégories particulières d'annonces
Marge perdue: 15%

Page ou position spécifiées
Couvertures (couleurs incluses)
2: 275$
3: 275$
4: 400$
Position choisie: 25%

Précisions typographiques
Largeur de la page: 6 po.
Hauteur de la page: 8¾ po.
Largeur rognée: 6¾ po.
Hauteur rognée: 10 po.
Largeur de la colonne: 11, 24, 36 picas
Nombre de colonnes: 2 ou 3
Procédé offset: dessins achevés, épreuves de reproduction ou photos devant être fournis par l'annonceur.
Matériel requis pour annonces en quatre couleurs: négatifs corrigés pour impression selon le procédé rotocalcagraphique (web offset), avec croix de visée, ainsi qu'un jeu d'épreuves progressives (encres « process » régulières seulement). Les clichés ou épreuves de reproduction en registre peuvent également être convertis en négatifs par le procédé « clarifier », moyennant supplément. Rapport certifié fourni sur demande.

2810

NOSTRA

IDENTIFICATION
Bimensuel édité en français par Nostrale Inc.
800, Mountain View
Otterburn Park
J3H 2L2
Téléphone: (514) 464-0070
Format: revue
Coût du numéro: 1.50$
Coût de l'abonnement: 17$/13 numéros, 32$/26 numéros

Personnel de direction
Éditeurs: Arlette Raymond
Roland Côté
Président et directeur général:
Roland Côté

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction:
Arlette Raymond

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité:
Aline Couillard

2820

VOTRE HOROSCOPE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1956, publié le 15 de chaque mois
Édité en français par l'Agence de Distribution générale Inc.
197, avenue Brien
Laval
H7N 3M4
Format: revue
Coût du numéro: 0.75$
Coût de l'abonnement: 13$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Jean L'Archevêque

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Jean L'Archevêque

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
1 page: 100$
1/2 page: 55$
1/8 page: 18$

Page ou position spécifiées
Couvertures 2 et 3: 150$ pour une couleur
Couverture 4: 200$ pour une couleur, 50$ par couleur supplémentaire

Réservations et heures de tombée
Le 15 du mois précédant la parution

Communication

2830

LE MAÎTRE-IMPRIMEUR

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel édité en 1933, publié le 25 de chaque mois
Édité en français par l'Association de Maîtres-Imprimeurs de Montréal Inc.
480, Mont-Royal Est, bureau 22
Montréal
H2J 1W4
Téléphone: (514) 842-2751
Format: revue
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 7.50$/an, 18$/3 ans

Personnel de direction
Directeur général: Hélène Lagadec

INFORMATION
Moment de tombée
le 25 du mois

Personnel
Responsable de l'édition: Hélène Lagadec

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Hélène Lagadec

Tarifs publicitaires
Carte de tarifs en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	1 ins.	6 ins.	12 ins.
	$	$	$
1 page	415	380	346
2/3 page	303	276	254
1/2 page	225	210	190
1/3 page	166	150	139
1/4 page	127	116	105
1/6 page	93	83	72
1/8 page	73	61	55
1/12 page	54	47	41
1/27 page	19	17	15

Annonce couleur
150$ chaque couleur

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées: 0.15$ le mot, minimum par insertion: 5$
À papier perdu: 15% extra sur espace et couleur
Similigravures: 110-133
À papier perdu: 8⅜" x 11½"
Encarts

Unité	1 ins.	6 ins.	12 ins.
	$	$	$
2 pages	830	760	692
1 page	622	570	520

Réservations et heures de tombée
Le 15 du mois précédent

Précisions typographiques
Format: 8¼" x 11¼"
Page imprimé: 6¾" x 10¼"
Encart collé 1 page: 8½" x 12"
Encart collé 2 pages: 16¼" x 12"

Page	Colonne	Pouces	Picas
1		6⅜ x 10⅛	40½ x 61½
2/3	2	4⅜ x 10⅛	26½ x 61½
	3	6¾ x 6⅝	40½ x 41
1/2	2	3⅛ x 10⅛	19½ x 61½
	3	6¾ x 6¾	40½ x 30
1/3	2	3⅛ x 6⅜	19½ x 40½
	3	6¾ x 3⅛	40½ x 19½
	3	2 1/16 x 10⅛	12½ x 61½
1/4	2	3⅛ x 5	19½ x 30
	3	6¾ x 2⅜	40½ x 14½
	3	2 1/16 x 7⅜	12½ x 46
1/6	2	3⅛ x 3¼	19½ x 19½
	3	6¾ x 1 9/16	40½ x 9½
	3	2⅛ x 5	12½ x 30
1/8	2	3⅛ x 2½	19½ x 15
	3	6¾ x 1⅛	40½ x 6½
	3	2⅛ x 3⅞	12½ x 23
1/12	2	3⅛ x 1⅜	19½ x 9½
	3	2⅛ x 2⅜	12½ x 14½
1/27	3	2⅛ x 1	12½ x 6

Modalités de paiements
Termes: net 30 jours

Divers
Si, pour une raison quelconque, le plein espace réservé n'est pas employé, l'annonceur sera facturé pour le nombre d'insertions publiées, aux taux apparaissant ci-dessus. Tous les contrats et toute la copie de l'annonceur devront être approuvés par les éditeurs.

2840

LE PUBLICITAIRE

IDENTIFICATION
Mensuel (18 numéros/an) établi en 1958
Édité en français par Les Éditions Le Publicitaire Inc.
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 639
Montréal
H3B 1G7
Téléphone: (514) 875-2565
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement: 10$/an

INFORMATION
Moment de tombée
10 jours avant la date de parution

Personnel
Rédactrice en chef: Ingrid Dufour

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean McGown et Associés Inc.
Montréal
Téléphone: (514) 735-5191

Personnel
Publicitaire: Pierre Legault

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 0,70$ la ligne agate

Escompte ou prix réduit
6 insertions: 5%
12 insertions: 10%
18 insertions: 15%

Annonce couleur
Minimum 300 lignes agate.
1 couleur: 150$
2 couleurs: 225$
3 couleurs: 300$

Catégories particulières d'annonces
Avis de nomination, publi-reportage: 0,80$ la ligne agate.
Encart ou supplément publicitaire: tarif sur demande

Page ou position spécifiées
Position spéciale: 25%

Exigences minimales et maximales
Espace minimum: 14 lignes agate par colonne
Espace maximum: toute annonce de 170 lignes de hauteur sera facturé à la pleine hauteur de colonne (200 lignes).

Réservations et heures de tombée
10 jours avant la date de parution.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 9½ picas
Hauteur de la colonne: 200 lignes
Nombre de colonnes par page: 6 colonnes
Épreuve de reproduction requise
Frais de composition: 10%

Modalités de paiements
Net 30 jours
2%: 10 jours
Commission à l'agence: 15%

Construction et rénovation

2850

BÂTIMENT

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par
Maclean-Hunter Ltée
625, avenue Président Kennedy
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141; Télex: 06-219547
Format: revue
Coût du numéro: 3$ au Canada, États-Unis et Royaume-Uni
$5 ailleurs
Coût de l'abonnement
Canada: 17$/an; 23$/2 ans; 30$/3 ans
France, États-Unis, Grande-Bretagne: 18$/an
Autres pays: 35$/an

Personnel de direction
Directeur: D.G. Brydges
Directeur à Montréal: F. Gabriel Marchand

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Marc Castro

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Vincent Seccareccia

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en mars 1979
4 474

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
6,8%

2860

GÉNIE-CONSTRUCTION

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1958, publié le 15 du mois
Édité en français par Les Communications Southam Ltée
310, Victoria, bureau 201
Montréal
H3Z 2M9
Téléphone: (514) 487-2302; Télex: 055-66350
Format: revue
Coût de l'abonnement
Canada: 24,50$/an; 25$/2 ans
États-Unis: 33$/an
Autres pays: 49$/an

Personnel de direction
Éditeur: Brandon Jones
Président: Sidney J. Cohen
Vice-président: Cy Summerfield

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois

Personnel
Rédacteur en chef: Guy Fortin

PUBLICITÉ
Personnel
Production publicitaire: Manon Jetté
Publicitaire: Christine Gautier

Tarifs publicitaires
Carte No 127 en vigueur depuis octobre 1980

Annonce courante

Unité	Insertion 1	6	12
	$	$	$
Pleine page	1 077	1 055	1 023
2/3 page	969	948	915
1/2 page (contre-texte)	862	840	819
1/2 page	722	711	689
1/3 page	539	528	506
1/4 page	431	420	409

Escompte ou prix réduit
Tarifs pour pages multiples
24 insertions: 991$
48 insertions: 937$

Annonce couleur
Tarifs pour couleurs et sans marge
Couleurs rouge, bleue, verte, jaune ou orange standard
(ICA/AAAA), supplément par page: 189$
Couleurs spéciales, supplément par page: 233$
Quadrichromie, supplément par page: 662$
Encres métalliques, supplément par page: 283$

Catégories particulières d'annonces
Classées: annonces de nomination, le pouce par une colonne, 50$
Équipements usagés, le pouce par une colonne: 13,30$

Cartes professionnelles: (1 x 3¼) cédule de 12 fois par année: 94$.
Sans marge: aucun supplément
Encarts fournis par l'annonceur: une page, verso à l'usage de l'éditeur (sur papier permettant l'impression de clichés simili de linéature 100). Tarif dégressif, plus 317$ par page.
Une page, verso vierge – tarif dégressif, plus 528$. Tarif deux pages, imprimées des deux côtés – Tarif dégressif.
Quatre pages ou plus – tarif dégressif.
Encarts à plusieurs pages – tarifs sur demande.
Frais de brochage des encarts, selon l'encart.
Pour connaître les tarifs raisonnables, applicables à la production et à la traduction des encarts, veuillez communiquer avec Génie Construction. Aussi veuillez communiquer avec Génie-Construction pour connaître les escomptes spéciaux sur les encarts de 8 pages et plus, et sur les catalogues insérés dans les annuaires. Les tarifs, se rapportant aux encarts imprimés par l'éditeur et aux reproductions offset, seront fournis sur demande.

Page ou position spécifiées

Couverture	1 insertion	6 insertions	12 insertions
	$	$	$
1re page couverture	non vendue		
2e et 3e pages couverture	1 400	1 371	1 330
4e page couverture	1 615	1 583	1 535

Réservations et heures de tombée

Date de tombée pour la publicité: le 14e jour du mois précédent.
Les matériaux de reproduction sont requis pour le 22e du mois précédent.
Les textes anglais pour traduction doivent nous parvenir le 10e du mois précédent.

Précisions typographiques

Type d'impression: plaques offset
Encarts fournis par l'annonceur
Pesanteur maximale du papier: 25 x 38 – 140M – 70 lb
Dimensions page simple: 8⅜ x 11¼ (213mm x 286mm)
double page: 16¾ x 11¼ (426mm x 286mm)
Les encarts imprimés aux É.U. doivent indiquer clairement « Printed in U.S.A. ».
Quantité sur demande
Chacun des emballages devra indiquer la quantité et le nom de la publication.
(Consignés d'expédition – Voir le paragraphe 7G).
Encarts imprimés par l'éditeur, tarifs sur demande.
Formats standard des annonces:

Unité	Largeur	Hauteur
Page pleine	7	10
2/3 page verticale	4½	10
2/3 page horizontale	7	6½
1/2 page verticale	3⅜	10
1/2 page horizontale	7	4⅞
1/2 page contre-texte	4½	7½
1/3 page carrée	4½	4⅞
1/3 page verticale	2⅛	10
1/3 page horizontale	7	3¼
1/4 page verticale	3⅜	4⅞
1/4 page horizontale	7	2¼
Page sans marge	8⅜	11⅛
Page double	15¼	10
Page double sans marge	16¾	11⅛

Unité	Largeur	Hauteur
Page pleine	178mm	254mm
2/3 page verticale	114mm	254mm
2/3 page horizontale	178mm	165mm
1/2 page verticale	86mm	254mm
1/2 page horizontale	178mm	124mm
1/2 page contre-texte	114mm	190mm
1/3 page carrée	114mm	124mm
1/3 page verticale	54mm	254mm
1/3 page horizontale	178mm	83mm
1/4 page verticale	86mm	124mm
1/4 page horizontale	178mm	57mm
Page sans marge	213mm	283mm
Double page	388mm	254mm
Page double sans marge	425mm	283mm

Format de la publication: 8⅛ x 10⅞: 206mm x 276mm.
Matériaux nécessaires pour impression offset: Trame Demi-ton, 100-120
Quadrichromie: page simple négatifs en couleurs tramés, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers. Double page: négatifs en couleurs tramés, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers. Épreuve couleurs approuvée et épreuves électrostatiques.
Noir et blanc ou 2 ou 3 couleurs:
Page simple: négatifs, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers.
Double page: négatifs, lecteur à l'endroit, émulsion à l'envers.
Dans la mesure du possible, une épreuve couleurs et des épreuves électrostatiques seront fournies pour les annonces de 2 ou 3 couleurs.
Qualité des pellicules:
Toutes les pellicules doivent avoir des dimensions et un pas uniformes. Chaque pellicule ne doit comporter qu'une seule couleur et être identifiée selon sa couleur. Les pellicules quadrichromes doivent comporter un registre d'épreuves électrostatiques placé aux coins de la pellicule. Le registre doit être exact.
Matériaux pour fins de conversion
Les matériaux suivants seront acceptés pour fins de conversion: positifs, pellicules, scotchprints, épreuves sur papier de reproduction de grande qualité de couleur blanche, clichés typographiques et maquettes. Dans ce dernier cas, la deuxième couleur, le cas échéant, sera indiquée sur une feuille d'acétate.
Les clichés typographiques devront être en bon état. Le lettrage grand format et condensé doit être évité ou grisé sur toutes les pièces.
L'éditeur se réserve le droit de facturer à l'annonceur, les frais encourus pour la préparation de pellicules à partir des matériaux de conversion.
Brochage: piqûre à cheval
Consignes d'expéditions: les commandes de publicité, les consignes, la correspondance, les épreuves, les textes, les manifestes de douanes et le matériel de production seront envoyés au Service de la production publicitaire Génie Construction, 310 Avenue Victoria, bureau 201, Westmount, Québec H3Z 2M9.
Les encarts fournis par l'annonceur doivent être envoyés à Génie Construction, a/s Imprimerie Coopérative Harpell, Sainte-Anne de Bellevue, Québec H9X 1C5, Canada.
L'éditeur doit être avisé de l'envoi des encarts, du nom du transporteur. Les annonceurs et les agences de publicité américains sont priés de noter que les documents expédiés au Canada seront envoyés via Emery Air Freight à l'adresse suivante: C.E. Racine Cté Ltée, a/s de « les Communications Southam Ltée Génie-Construction », Aéroport International de Montréal, Édifice de fret aérien no.2 Dorval, Québec, Canada.
Envoyer les manifestes de douane directement à Génie-Construction, 310, Avenue Victoria Bureau 201, Westmount Canada, H3Z 2M9.
Tous les envois seront payés d'avance.
Entreposage des matériaux d'impression
Les gravures, les électrotypes (typographie), les négatifs, les positifs, les épreuves, les scotchprints, les acétates offset et les autres matériaux seront entreposés par l'éditeur pour une période de 12 mois, après quoi ils seront détruits, à moins que l'annonceur ou l'agence de publicité nous informe de les conserver.
Qualité de papier:
Papier couché blanc: 25 x 38 - 100m
Couverture: papier couché no. 25 x 38 – 140m
Épreuves
Dans le cas des annonces fabriquées chez l'éditeur, celui-ci enverra trois épreuves photographiques de composition à l'annonceur ou à l'agence, à condition que les dates de tombé aient été satisfaites. Si les épreuves ne sont pas renvoyées par retour du courrier, l'éditeur estime alors qu'elles sont satisfaisantes et conviennent à la publication.

Modalités de paiements

15% de commission est payé à l'agence reconnue sur l'espace, la couleur, les marges perdues et la position. Aucune commission n'est payée sur les frais imputables à l'ébarbure, l'impression des encarts; de même que sur les frais d'insertion et les annonces classées.
Toutes les factures sont payables au bureau de l'éditeur, en fonds canadiens ou en fonds étrangers au taux de change en vigueur.
Termes: net 30 jours.

Divers

Les annonceurs obtiendront des tarifs réajustés si, au cours des (12) douze mois suivant la date de la première insertion, ils n'utilisent pas tout l'espace sur lequel a été fondé le barème de facturation. Les annonceurs auront droit à des escomptes si, au cours des douze mois suivant la date de la première insertion, ils utilisent l'espace additionnel voulu pour se mériter un tarif plus bas. L'éditeur se réserve le droit d'annuler toute commande de publicité, à moins que la première insertion soit publiée dans les deux mois qui suivent la date de la commande de publicité.
Le principe de l'annonce complémentaire n'est pas accrédité.
Les tarifs dégressifs sont fondés sur l'espace de publicité total utilisé sur une période de 12 mois suivant la première insertion, et non pas seulement sur la fréquence.
Publication de langue française
Services de production publicitaire et traduction. Génie-Construction est publiée en français, éditée et imprimée au 310, Avenue Victoria, Bureau 201, Westmount Québec, H3Z 2M9.Génie-Construction ne publie que des annonces rédigées en français. Les textes publicitaires devant être publiée dans Génie-Construction seront traduits de l'anglais vers le français, sans frais pour l'annonceur. Les expressions idiomatiques, les marques ou noms de commerce qui n'ont pas d'équivalents français seront laissés comme tels ou traduits de la façon la plus juste, selon le choix du traducteur. Les annonceurs qui désirent conserver certaines marques de commerce, certains noms ou expressions devront encercler ceux-ci sur la copie anglaise et les identifier correctement. Si de épreuves d'essai sont nécessai-

res, le texte original doit nous être envoyé le 10 du mois précédent. Dans le cas contraire, l'éditeur utilisera la traduction française, sans autres responsabilités.
Clauses contractuelles et publicitaires
Clause de protection de l'éditeur touchant la publication des annonces
L'annonceur et l'agence de publicité sont responsables de tout le contenu (y compris le texte, la représentation et les illustrations) des annonces publiées dans la revue Génie-Construction. À ce titre, ils assument l'entière responsabilité de toute réclamation déposée contre l'éditeur à cet effet, et ils s'engagent à dédommager l'éditeur pour toute réclamation formulée contre lui, par toute personne, à la suite de la publication d'une quelconque annonce. L'éditeur se réserve le droit de refuser toute annonce laquelle, selon lui, n'est pas conforme aux normes de la publication.
Les tarifs de publicité peuvent faire l'objet de changements sur avis et prendre effet pour tous les annonceurs, avec le numéro spécifié et les numéros subséquents.
Les annonceurs à contrat au moment de l'entrée en vigueur d'une augmentation de tarifs bénéficieront des avantages contractuels pour les deux numéros, suivant le numéro, avec lequel l'augmentation prenait effet.
Les contrats reçus, entre la date de l'annonce ou de publication des nouveaux changements et la date d'entrée en vigueur, seront sujets aux nouveaux tarifs à compter de la date d'entrée en vigueur. Les contrats de publicité pourront être annulés ou modifiés, au moment de l'entrée en vigueur des changements de tarifs, sans subir de réajustement de tarifs, dans la mesure où les conditions du contrats seront alors dûment acheminées.
L'éditeur n'est lié par aucune condition, imprimée ou autrement, apparaissant sur les contrats ou sur les feuillets d'instructions, lorsque celle-ci entre en conflit avec les clauses de cette carte tarif. L'éditeur ne reconnaît en aucun cas les ententes verbales.
L'éditeur ne sera pas responsable de la reproduction des annonces couleurs, à moins que des épreuves couleur lui soient fournies selon les indications pertinentes. Les frais de production des photographies, graphisme, gravures, etc, seront facturés à l'annonceur. Les frais de douane et la taxe de vente sur les encarts importés seront facturés à l'annonceur.
L'éditeur aura droit au paiement de l'annonce, selon les présentes clauses, une fois qu'il aura complété l'impression des annonces et qu'il aura pris les dispositions utiles et raisonnables pour assurer la distribution de la publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
6 833

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
4.4%

2870

PLOMBERIE CHAUFFAGE ET CLIMATISATION

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1965, publié le 20 de chaque mois
Édité en français par Les Communications Southam Ltée
310, avenue Victoria, bureau 201
Westmount
H3Z 2M9
Téléphone: (514) 487-2302; Télex: 055-66350
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement
Canada: 24,50$/an; 35$/2 ans
États-Unis: 30$/an
Autres pays: 49$/an
Copie supplémentaire: 2$ la copie

Personnel de direction
Éditeur: Henry Longstaff
Éditeur de groupe: Bruce Wright
Président: Sidney J. Cohen
Chef de la direction: E.J. Mannion

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 de chaque mois

Personnel
Responsable de la rédaction: Guy Giasson
Responsable de l'information: Grace Dillon

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Jean J. Faulkner

Tarifs publicitaires
Carte No 120 en vigueur depuis octobre 1980

Annonce courante
Tarif de base pour annonces en noir et blanc

Unité	1	Insertion 6	12
	$	$	$
Page tabloïd	1 130	1 107	1 073
Page magazine (7 x 10)	745	730	708
2/3 page	598	582	564
1/2 page	427	415	404
1/3 page	297	291	285
1/4 page	225	220	214

Annonce couleur
Couleurs normales, rouge, bleu, vert, jaune ou orange
ICA-AAAA, supplément par page: 189$
Couleurs spéciales, supplément par page: 218$
Quadrichromie, supplément par page: 615$

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées:
35$ par pouce de colonne, minimum 1"/colonne
(payable à l'avance, aucune commission d'agence)
Cartes professionnelles
Format minimal de 2" d'une colonne. Fréquence minimale 12 fois: tarifs sur demande
Encarts fournis par l'annonceur
Frais d'insertion d'encarts non collé: 22$/1 000
Frais d'insertion d'encarts collés (page de droite): 30$/1 000
Frais d'insertion d'encarts collée (page de gauche): 35$/1 000

Page ou position spécifiées
Tarifs pour pages couvertures (numéros réguliers, page tabloïd)

Couverture	1	Insertion 6	12
	$	$	$
1e page	(non vendue)		
2e ou 3e page	1 469	1 439	1 395$
4e page	1 695	1 661	1 610$

Réservations et heures de tombée
Date limite pour la remise du matériel et du contrat d'annonces: le 20 du mois précédent

Précisions typographiques
Format régulier du magazine

Unité	Largeur po	mm	Hauteur po	mm
Pleine page	7	178	10	254
2/3 page vert.	4½	114	10	254
2/3 page hor.	7	178	6½	165
1/2 page vert.	3⅜	86	10	254
1/2 page hor.	7	178	4⅞	124
1/2 page îlot	4½	114	7½	190
1/3 page vert.	2⅛	54	10	254
1/3 page hor.	7	178	3¼	83
1/3 page carrée	4½	114	4⅞	124
1/4 page vert.	3⅜	86	4⅞	124
1/4 page hor.	7	178	2¼	57
Marge perdue	8⅜	213	11⅛	283
Double page	15¼	388	10	254

Impression offset: tramé demi-ton 100

Modalités de paiements
Une commission de 15% est payée à l'agence reconnue sur l'espace, la couleur, les marges perdues et la position.
Politique d'escompte au comptant:
selon les indications de la facture
Paiement net: 30 jours

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin 1980
4 116

Organisme de certification de tirage
CCAB

2880

QUINCAILLERIE MATÉRIAUX

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1887, publié le 8 de chaque mois
Édité en français par Maclean-Hunter Ltée
625, Président Kennedy
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141

Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an; 19$/2 ans; 23$/3 ans
États-Unis et Royaume-Uni: 17$/an
Autres pays: 32$/an

Personnel de direction
Éditeur: John Murphy

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Xavier de Lusigny

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire à Montréal: Wendy McKeown

Tarifs publicitaires
Carte No 33 en vigueur le 1er mars 1980

Annonce courante

Unité	10-14 fois	6-9 fois	1-5 fois
	$	$	$
1 page	832	877	921
2/3 page	705	743	783
1/2 page (îlot)	624	657	692
1/2 page	498	525	552
1/3 page	377	413	432
1/4 page	290	307	321
1/6 page	247	261	275

1/5 page ou plus, par page: 812$
Sans marge: 110$ par page, minimum 1/3 de page

Annonce couleur
Rouge, bleu, vert, jaune ou orange ICA-AAAA standard: 120$
de plus par couleur par page.
Couleurs spéciales: 135$ de plus, par couleur par page.
Tri et quadrichromie: 380$ de plus, par page.
4 pages consécutives en quadrichromie dans le même numéro: 355$ de plus par page.

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées:
40$ par pouce-colonne payable à l'avance.
Boîte numérotée: 1$ de plus.
Aucune commission d'agences.

Page ou position spécifiées
Position préférentielle: 25% de plus
Couvertures (non résiliables).

Couverture	10 fois ou plus	6 à 9 fois	1 à 5 fois
	$	$	$
2e et 3e couvertures	1 082	1 140	1 197
4e couverture	1 248	1 315	1 381

Réservations et heures de tombée

Date du numéro	Date de tombée
Mars	15 février
Avril	18 mars
Mai	17 avril
Juin-Juillet	13 mai
Août	18 juillet
Septembre	18 août
Octobre	17 septembre
Novembre-Décembre	13 octobre
Janvier	18 décembre
Février	18 janvier

Précisions typographiques
Imprimé par procédé offset (sheetfed).
Tout matériel de production est facturé en plus de l'espace.
Format soigné: 8½" x 10⅞" (207mm x 276mm).
Format standard (en pouces et en millimètres)

Unité	Largeur	Hauteur
1 page	7"	10"
2/3 page	4½"	10"
1/2 page îlot	4½"	7⅓"
1/2 page horizontale	7"	4⅝"
1/2 page verticale	3⅓"	10"
1/3 page ver.(1 col)	2⅛"	10"
1/3 page carrée	4½"	4⅝"
1/3 horizontale	7"	3⅛"
1/4 page verticale	3⅓"	4⅝"
1/2 page horizontale	7"	2⅓"
1/6 page (1/2 col)	2⅛"	4⅝"

Unité	Largeur	Hauteur
1 page	178mm	254mm
2/3 page	114mm	254mm
1/2 page îlot	114mm	186mm
1/2 page horizontale	178mm	123mm
1/2 page verticale	85mm	254mm
1/3 page ver.(1 col)	55mm	254mm
1/3 page carrée	114mm	123mm
1/3 horizontale	178mm	80mm
1/4 page verticale	85mm	123mm
1/4 page horizontale	178mm	59mm
1/6 page (1/2 col)	55mm	123mm

Sans marge: 8¼" x 11¼" (210mm x 286mm)
Page double sans marge: 16½" x 11¼" (419mm x 286mm)
soigné: 16¼" x 10⅞" (413mm x 276mm)
Largeur de la colonne: 2¼"
Nombre de colonnes: 3
Reliure: broché à cheval
Encarts
Poids maximum du papier: 80 lbs (25 x 38 - 160M)
Quantité: ne pas utiliser les chiffres de CCAB, contacter l'éditeur.
Format soigné requis: 8¼" x 11¼"
Les encarts double pages doivent être fournis en 16½" x 11¼"
Expédier à: Quincaillerie-Matériaux, a/s Maclean-Hunter Limited.
4601, Yonge St. Willowdale, Ontario, M2N 5L9
Tarif: 198$ par page.

Modalités de paiements
Commission aux agences reconnues: 15% sur l'espace, la couleur, les marges perdues, la position et les encarts.
Escompte comptant 2%, le 10 du mois suivant l'émission de la facture.
Les comptes sont payables à nos bureaux en devises canadiennes ou en devises équivalentes, au taux en vigueur lors du paiement.

Divers
Le mot annonce sera indiqué en haut de toute publicité, quand l'éditeur le jugera utile.
Les tarifs ne sont pas garantis pour 12 mois, à moins que les dates d'insertions ne soient indiquées.
Si la première insertion, stipulée dans le contrat, n'est pas utilisée dans les 2 mois et que, durant cette période, une hausse de tarif survient, les nouveaux tarifs s'appliquent. Le principe de l'annonce complémentaire n'est pas accrédité. Les tarifs sont basés sur le montant total d'espace utilisé en 12 mois, par le client.

L'annonceur et l'agence de publicité sont responsables de tout le contenu (texte et illustrations) des annonces publiées dans la revue. À ce titre, ils assument l'entière responsabilité de toute réclamation déposée contre l'éditeur à cet effet.
Les tarifs ne s'appliquent qu'à la publicité commerciale régulière. Tout autre type de publicité sera facturée autrement.
L'éditeur n'est pas responsable de la non publication de toute annonce, quelle qu'en soit la cause.
Tout matériel de production sera facturé, en plus du tarif de l'espace retenu.
Les accords verbaux ne sont pas reconnus.
Les tarifs sont sujets à changement sans avis.
L'éditeur n'est lié par aucune condition, imprimée ou autrement, sur les contrats ou sur les feuillets d'instructions, lorsque celle-ci entre en conflit avec les clauses de cette carte de tarif.
L'éditeur aura droit au paiement de l'annonce selon les présentes clauses, une fois qu'il aura complété l'impression des annonces et qu'il aura pris les dispositions utiles et raisonnables pour assurer la distribution de la publication.
L'éditeur ne sera pas responsable de la production des annonces couleurs, à moins que des épreuves couleur lui soient fournies, selon les indications pertinentes.
Tout matériel de production sera détruit par l'éditeur, s'il n'est pas réclamé un an après la première utilisation.
Expédier le matériel général à: Production Departement, Quincaillerie- Matériaux, 481, University Ave., Toronto, Ontario, M5W 1A7.
Expédier les encarts à: Quincaillerie-Matériaux a/s Maclean-Hunter Ltd, 4601, Yonge St, Willowdale, Ontario, M2N 5L9.
Indiquer, sur le colis, le nombre d'encarts et leur date d'insertion.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en novembre 1979
4 316

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
3,8%

Droit

2890

BARREAU 81

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par Le Service des Communications du Barreau du Québec
Palais de Justice
1, Notre-Dame est, bureau 980
Montréal
H2Y 1B6
Téléphone: (514) 866-3901

Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directrice du journal: Christiane Gosselin

INFORMATION
Personnel
Directeur des communications: Léon Bédard

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Diane McLean-Laflamme

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
1 page: 450$
1/2 page: 250$
1/4 page: 150$

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaires: 90$
Petite annonce: 20$

Précisions typographiques
1 page: 10" x 10"
1/2 page: 5" x 10" ou 10" x 5"
1/4 page: 5¼" x 5"
Carte d'affaires: 2½" x 5"

Éducation

2900

LE CADUCÉE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1921
Édité en français par L'Association des Diplômés de l'École des Hautes Études Commerciales de Montréal
5780, avenue Decelles, bureau 430
Montréal
H3S 2C7
Téléphone: (514) 343-4550
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Directrice: Manon Marchand

INFORMATION
Moment de tombée
1er de chaque mois

Personnel
Directrice en chef: Manon Marchand

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Manon Marchand

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
1 page: 750$
1/2 page: 375$
1/3 page: 250$
1/4 page: 200$
1/6 page: 125$
1/8 page: 100$
1/12 page: 75$

Page ou position spécifiées
Page couverture arrière: 500$
Le client bénéficie ainsi de la couleur de son choix, sans frais supplémentaire

Divers
Un contrat de publicité annuel alloue un mois gratuit de parution.

2910

THE CHAMPLAIN BUGLE

IDENTIFICATION
Bimensuel édité en anglais par Les Éditions Porte-Duvertel Inc.
900, Riverside Drive, bureau 144
Saint-Lambert
J4P 3P2
Téléphone: (514) 672-8541
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: D'Alquen Jackson

2920

L'ÉMISSAIRE

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1972, publié le lundi
Édité en français par Le CEGEP de Rimouski
60, de l'Evêché ouest
Rimouski
G5L 4H6
Téléphone: (418) 723-1880
Petit format
Coût de l'abonnement: 7$/an

INFORMATION
Moment de tombée
Le lundi à midi

Personnel
Responsable de la rédaction: Claude Côté

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Claude Côté

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
100$ pour 13 parutions

2930

LES ENSEIGNANTS

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1970, publié le 15 du mois
Édité en français par Le Journal les Enseignants Ltée
767, Demers
Saint-Jean-sur-Richelieu
J3B 4W1
Téléphone: (514) 348-8718
Format: tabloïd
Coût du numéro: vendu par abonnement seulement
Coût de l'abonnement: 10$/an; 18$/2 ans

Personnel de direction
Président: Roger Blais
Directeur général: Fernand Houde

INFORMATION
Moment de tombée
Le 30 de chaque mois

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Fernand Houde

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Fernand Houde

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif national: 320$ la page
160$ la demi-page

Divers
Les articles publiés dans ce journal engagent la responsabilité exclusive de leur auteur et peuvent être reproduits, moyennant indication de la source et envoi d'un exemplaire du numéro reproduisant l'article.

2940

L'IMPRESSION

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1938, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Les Étudiants du Cegep de Valleyfield
169, Champlain, bureau 203
Valleyfield
J6T 1X6
Téléphone: (514) 373-1377
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Coordinateur de l'équipe: Line Faucher

INFORMATION
Moment de tombée
1 semaine avant la parution

Personnel
Rédactrice en chef: Louise Tremblay

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Sylvaine Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
1/2 page: 110$
1/3 page: 75$
1/4 page: 55$

Annonce couleur
45$ par couleur, si la page est normalement sans couleur
10$ par couleur, si la page est normalement en couleur

Catégories particulières d'annonces
Supplément de 4$ par photo, illustration et renversé
Carte d'affaires, page 3 et dernière: 25$
autres pages: 20$

Page ou position spécifiées
Page 3 et dernière
1/2 page: 125$
1/3 page: 85$
1/4 page: 65$

Réservations et heures de tombée
Le mercredi précédant la parution

Divers
Si l'annonce n'est pas déjà composée, un supplément sera facturé selon le travail requis.

2950

INFORMATION

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1963, publié le 15 de chaque mois
Édité en français par La Fédération québécoise des Directeurs d'École
7855, boul. Louis-Hippolyte Lafontaine
Bureau 100
Montréal
H1K 4E4
Téléphone: (514) 353-7511
Format: revue
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Direction: Florent Grandbois
Administration: Jacques Lauzon

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois précédant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction: Florent Grandbois

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Rolland Héon
Carte en vigueur du 1er janvier 1980 au 30 août 1981

Annonce courante

Unité	1 numéro	6 numéros	10 numéros
	$	$	$
1 page	340	320	300
1/2 page	205	190	180
1/3 page	160	150	145
1/4 page	130	120	115
1/8 page	75	70	65

Annonce couleur
115$ par couleur pour une pleine page
400$ pour la quadrichromie

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaires:
1 numéro: 40$
6 numéros: 35$
10 numéros: 35$
Page à marge perdue: 15% de surplus sur le tarif d'espace et de couleur

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante
Couverture intérieure:
1 numéro: 425$
6 numéros: 400$
10 numéros: 375$

Réservations et heures de tombée
Remise de textes: au plus tard, le 15 du mois précédant la parution désirée

Précisions typographiques
Procédé « offset
Dimension de la revue: 8¼" x 10¾"
Dimension des annonces

Unité	Largeur	Hauteur
1 page	7"	9½"
2/3 page	7"	6½"
2/3 page	4½"	9¼"
1/2 page	7"	4⅞"
1/2 page	3⅜"	9¼"
1/3 page	7"	3¼"
1/3 page	2⅛"	9¼"
1/4 page	7"	2⅛"
1/4 page	3⅜"	4⅞"
1/8 page	3⅜"	2⅛"

Modalités de paiements
Net 30 jours de la date de facturation
Agences de publicité: commission de 15%

2960

THE LINK

IDENTIFICATION
Bihebdomadaire établi en 1980, publié le mardi et le vendredi
Édité en anglais par Concordia University Student's Association
Sir George Williams Campus
Concordia University
Montréal
H3G 1M8
Téléphone: (514) 879-4548
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur: Philip Authier

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Frank Menzel
Téléphone: (514) 879-4462

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
0.37$ la ligne agate

2970

MACDONALD JOURNAL

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1940, publié le 15 du mois
Édité en anglais par Extension Department of the Faculty of Agriculture
of MacDonald Campus of McGill University
C.P. 284

Extension Department Macdonald Campus
Sainte-Anne-de-Bellevue
H0A 1C0
Téléphone: (514) 457-2000, local 261
Télex: 05-821788
Format: revue
Coût de l'abonnement
Canada: 3$/an; 5$/2 ans 7$/3 ans
À l'extérieur: 7$/2 ans

Personnel de direction
Président: Docteur Jean David

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 du mois

Personnel
Rédactrice en chef: Hazel M. Clarke

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Martin van Lierop

Tarifs publicitaires
Carte No 7 en vigueur le 1er septembre 1979

Annonce courante

Unité	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	365	355	345	335
2/3 page	255	250	240	235
1/2 page	200	195	190	185
1/3 page	155	150	145	140
1/4 page	110	105	100	95
1/6 page	70	68	66	64

Annonce couleur
Rouge ou bleu CAAA-AAAA, fraction ou page complète, (supplément): 110$
Vert, jaune, orange CAAA-AAAA, fraction ou page complète, (supplément): 110$
Couleurs assorties ou process, fraction ou page complète, (supplément): 295$
4 couleurs (supplément): 395$

Catégories particulières d'annonces
1 page, verso disponible à l'éditeur supplément: 25%
1 page, verso sans impression (supplément): 50%
Poids maximum du papier: 25 x 38 (200M)
Feuilles de spécification mécanique fournies sur demande.
Communiquer avec l'éditeur pour la quantité requise.
Position préférentielle: 25% supplémentaire.
Pages à fonds perdu: 15% supplémentaire, sur espace et couleur.

Page ou position spécifiées
15% de supplément

Réservations et heures de tombée
Le 10e jour du mois précédent.

Précisions typographiques
Impression: offset
Grandeur utile de la page: 7" largeur x 10" profondeur.
Grandeur rognée de la page: 8¼" largeur x 11¼" profondeur.
Négatif à fonds perdu: 8⅜" largeur x 11½" profondeur.
Trame du demi ton: 100
Écran 4 couleurs: 133
Publication reliée à cheval.

2980

LE POLYSCOPE

PEQ

IDENTIFICATION
Hebdomadaire (septembre à avril) établi en 1966
Édité en français par L'Association des Étudiants de Polytechnique
C.P. 6079 Succursale A
Montréal
H3C 3A7
Téléphone: (514) 344-4645
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Président et directeur général:
Jean-Pierre Ducharme

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Georges Dick

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaires:
Yoland Bergeron
Claude Trépanier

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante

Format	Tarif national	Tarif local
	$	$
1 000 lignes ou moins	0.32	0.28
6 000 lignes ou plus	0.31	0.27
12 000 lignes ou plus	0.30	0.26
20 000 lignes ou plus	0.29	0.25

Annonce couleur
Noir et 1 couleur: 65$, en sus du tarif d'une annonce courante.
50$ par couleur supplémentaire.

Catégories particulières d'annonces
Cartes d'affaires (4" x 2")
1 carte: 22$
6 cartes: 21$
12 cartes: 20$
20 cartes: 19$

Page ou position spécifiées

Couverture	Tarif national	Tarif local
	$	$
Page de dos	385	345
Page intérieures couvertures	360	320

Réservations et heures de tombée
Le mardi de la semaine précédente, à 16 h.

Précisions typographiques
Grandeur de la page: 10" x 13" (tabloïd).
Impression: procédé « offset ».
Pour noir et blanc: dessins (art work) ou épreuve de reproduction requis.
Pour couleurs: dessins et séparations ou films (couleurs) séparés requis.

Divers
Faire parvenir bons d'insertions, matériel, chèques à l'adresse suivante: Association des étudiants de polytechnique
C.P. 6079 Succursale « A
Montréal
H3C 3A7

2990

SENTINEL

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an, de septembre à juin) publié la 1re semaine du mois
Édité en français et anglais par L'Association provinciale des Enseignants protestants du Québec
84-J, boul. Brunswick
Dollard-des-Ormeaux
H3B 2C5
Téléphone: (514) 683-9330
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit pour les membres de l'APEP
Coût de l'abonnement
Canada: 4.50$/an
États-Unis: 5$/an
Autres pays: 6$/an

Personnel de direction
Éditrice: Louise Chalmers

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef: Louise Chalmers

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Carte No 6 (locale et nationale) en vigueur le 1er juin 1978

Annonce courante
Tarif local
1 page: 400$/insertion
2/3 page: 325$/insertion
1/2 page: 260$/insertion
1/3 page: 205$/insertion
1/4 page: 160$/insertion
1/6 page: 110$/insertion
1/8 page: 85$/insertion
Tarif national: ajouter 17%

Annonce couleur
140$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante
440$ de surplus pour la quadrichromie

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées
Membres de l'APEP, sans frais
Non membre: 33$

Page ou position spécifiées
15% de surplus

Réservations et heures de tombée
Le 15 du mois précédant le jour de publication, sauf indication contraire

Précisions typographiques
Matériel: papier journal offset 32 lbs
Surface de composition: 10¼ x 13½
Page rognée: 11¼ x 14½
Largeur des colonnes: 11 picas
Nombre de colonnes: 5
Procédé d'imprimerie: offset

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues
Escompte de 2% pour paiement comptant dans un délai de 10 jours

Genie et technologie

3000

MACHINERIE LOURDE

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel (10 numéros/an) publié le 10 du mois
Édité en français par Publicam Inc
245, Lindsay
Drummondville
J2C 1P2
Téléphone: (819) 477-6811
Format: revue
Coût de l'abonnement: 18$/an

Personnel de direction
Président-directeur général: Guy Drouin

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois précédant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction: Ghislain Drouin

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Guy Drouin
Publicitaire: Jean-Pierre Lafleur

Tarifs publicitaires
Carte No 8 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Espace	1 ins.	3 ins.	6 ins.	12 ins.
	$	$	$	$
1 page	810	730	690	655
2/3 page	660	595	560	535
1/2 page	505	460	425	415
1/3 page	395	370	355	340
1/4 page	320	300	280	265
1/6 page	210	200	185	180

Annonce couleur
125$ par couleur additionnelle (rouge, bleu, vert jaune, orange).
Couleurs spéciales: 160$ par couleur
400$ – 4 couleurs (quadrichromie), séparations de couleurs en sus.

Catégories particulières d'annonces
Encarts: tarif sur demande.
Marges perdues: 15% additionnel

Page ou position spécifiées
Position garantie: 10% additionnel
Pages centrales: 15% additionnel
Couvertures 2 et 3: 20% additionnel (4 couleurs seulement)
Couverture 4: 40% additionnel (4 couleurs seulement)

Réservations et heures de tombée
Le 15 du mois précédant la parution.

Divers
Les frais pour photos, retouches, dessins, composition et montage sont en sus.
Service de traduction: 0,10$ le mot.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin- juillet 1980
5 779

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
1.8%

3010

LE MAÎTRE ÉLECTRICIEN

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1954, publié le 15 de chaque mois
Édité en français par La Corporation des Maîtres Électriciens du Québec
7333, Place des Roseraies, bureau 209
Montréal
H1M 2X6
Téléphone: (514) 353-9830
Format: revue
Coût du numéro: 1,50$
Coût de l'abonnement:
12$/an
20$/2 ans
27$/3 ans

Personnel de direction
Éditeur: Paul Hurtubise, conseiller technique

INFORMATION
Moment de tombée
La 1re semaine du mois

Personnel
Rédacteur en chef: Paul Hurtubise

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
SERPRO Inc.
Raymond Frenette
50, Aubin
Repentigny
J6A 1M7
Téléphone: (514) 581-1494

Personnel
Directeur de la publicité: Pierre Tremblay

Tarifs publicitaires
Carte No 14 en vigueur depuis octobre 1980

Annonce courante

Unités d'espace	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
1 page	915	880	845
2/3 page	685	655	625
1/2 page (îlot)	625	600	570
1/2 page	530	510	485
1/3 page	380	365	345
1/4 page	330	320	295
1/6 page	225	215	200
carte professionnelle	105	85	70

Annonce courante
Rouge, bleu, vert, jaune ou orange: 170$
Couleur appareillée: 195$
4 couleurs: 475$
2e, 4 couleurs sur la même forme: 375$

Catégories particulières d'annonces
Encarts: tarif sur demande

Page ou position spécifiées
Couvertures intérieures et position préférentielle: 20% en plus de l'unité d'espace
Couverture extérieure arrière: 25% en plus de l'unité d'espace
Couverture extérieure avant: non vendue

Réservations et heures de tombée
Le 1er du mois précédent

Précisions typographiques
Dimensions des encarts
non taillés: 8¼ x 11¼
taillés: 8⅛ x 11
Détails techniques: procédé offset
page imprimée: 7 x 10
page taillée: 8⅛ x 11
Tranché à vif: 8¼ x 11¼
Largeur de colonne: 2¼ ou 3⅜
Nombre de colonnes: 2 ou 3
Cartes professionnelles: 2¼ x 2¼ ou 1⅔ x 3⅜
Les clichés dont les dimensions excèdent 7 x 10 seront considérés comme des tranchés à vif.

Modalités de paiements
Commission des agences: 15%
Termes 2% dans les 10 jours
Net, 30 jours

Divers
Matériel requis: négatifs, dessins ou épreuves de presse.
Les frais de traduction et de montage sont en sus.
La trame 133.
Les tarifs sont basés sur l'espace total utilisé à l'intérieur d'une période de 12 mois à partir de la première insertion. Les tarifs pour les unités

d'espace composées sont calculées sur l'espace total décomposé en unité:
ex. 3 fois 1 page et 9 fois ⅓ page. Le tarif sera de 6 fois pour les pages et le tarif de 12 fois pour les ⅓ page.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 15 décembre 1980
10 200

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
1%

3020

LE MART

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1971, publié le 3 du mois
Édité en français par les Publications Vero Ltée
6841, Saint-Hubert, bureau 203
Montréal
H2S 2M8
Téléphone: (514) 273-7261
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement
15$/an; 25$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur, président et directeur:
Gilles P. Verronneau

INFORMATION
Moment de tombée
Le 3 du mois précédent

Personnel
Rédacteur en chef: Gilles Dauphin

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Marc M. Bulloni

Tarifs publicitaires
Carte No 11 en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Section papier blanc
Tarif passager: 1,90$ la ligne agate
Tarif à contrat
1 000 – 3 600: 1,75$ la ligne agate
3 601 – 7 200: 1,65$ la ligne agate
7 201 – 14 400: 1,55$ la ligne agate
14 401 et plus: 1,45$ la ligne agate

Section papier journal
Tarif passager: 0,85$ la ligne agate
Tarif à contrat
1 000 – 2 500: 0,70$ la ligne agate
2 501 – 7 200: 0,65$ la ligne agate
7 201 – 14 400: 0,60$ la ligne agate
14 401 – 28 000: 0,50$ la ligne agate
28 001 et plus : 0,45$ la ligne agate

Annonce couleur
Section papier blanc:
Couleurs régulières: rouge, bleu, vert, jaune: 180$ chacune
Couleur spéciale: 270$
Procédé 4 couleurs: 550$
Section papier journal:
Couleurs régulières: rouge, bleu, vert, jaune: 135$ chacune
Couleur spéciale: 190$

Catégories particulières d'annonces
Section papier blanc et journal
Annonce îlot: 15% supp.
Publi-reportage: 1,80$ la ligne agate
Encarts (fournis): tarif noir et blanc plus 20$ M.

Page ou position spécifiées
Section papier blanc et journal
Frais de position: 25% supp.

Réservations et heures de tombée
Section papier blanc et journal
Le 3 du mois précédant la parution

Précisions typographiques
Section papier blanc et journal:
Pas de frais pour marge perdue
Imprimé offset. Les films négatifs français doivent être fournis.

Format	Largeur (cols)	x	Hauteur (lignes)	Format total (lignes)
Pleine page	6	x	200	1 200
2/3 vert	4	x	200	800
2/3 hor	6	x	134	800
1/2 vert	3	x	200	600
1/2 hor	6	x	100	600
1/2 îlot	4	x	140	560
1/2 jr	5	x	160	800
1/3 vert	2	x	200	400
1/3 hor	6	x	67	400
1/4 vert	3	x	100	300
1/4 hor	6	x	50	300

Format standard en pouces

Format	Largeur		Hauteur
Pleine page	10¼"	x	15"
1/2 îlot	7"	x	10"
1/2 jr	8½"	x	11¼"
Dimension 1 page	11½"	x	15¼"

Section papier blanc: trame 133
Section papier journal: trame 100

Modalités de paiements
Section papier blanc et journal
Commission d'agence: 15% sur espace, couleur, position garantie, consenti aux agences de publicité accréditées seulement.
Payable en fond canadiens.
Escompte de 2% à 10 jours, net 30 jours.

Divers
Section papier blanc et journal
L'éditeur peut créer, traduire ou adapter une annonce. Les frais de douane et de courtage, pour tout matériel publicitaire et encarts, sont aux frais de l'annonceur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin 1980
12 234

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
1,4%

3030

PLAN

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français et anglais par l'Ordre des Ingénieurs du Québec
2075, Université, bureau 1100
Montréal
H3A 1K8
Téléphone: (514) 845-6141
Format: revue
Coût de l'abonnement: 10$/an

INFORMATION

Personnel
Rédacteur en chef: Vasco Varoljean

3040

REVUE MOTEUR

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1921, publié le 10 du mois
Édité en français par La Société de Publications spécialisées Maclean Hunter
625, Président Kennedy
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141
Format: revue
Coût du numéro
Canada: 3$
États-Unis, Royaume-Uni et France: 4$
Coût de l'abonnement
Canada: 16$/an; 22$/2 ans; 27$/3 ans
États-Unis, Royaume-Uni et France: 30$/an
Autres pays: 39$/an

Personnel
Éditeur: Gilles Geoffroy
Vice-président et directeur des revues spécialisées: R.W. Robertson
Directeur (division des revues spécialisées à Montréal): F.G. Marchand

INFORMATION

Personnel
Rédacteur en chef: Jean-Guy Fortin

PUBLICITÉ

Personnel
Responsable de la publicité à Montréal: Gilles Geoffroy

Tarifs publicitaires
Carte No 34 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante

Unité	1 fois	6 fois	10 fois et plus
	$	$	$
1 page	1 036	985	933
2/3 page	880	837	793
1/2 page isolée	802	763	722
1/2 page	642	610	578
1/3 page	486	463	439
1/4 page	383	364	345
1/6 page	290	276	261

Les coûts de production seront chargés séparément des coûts d'espaces.

Annonce couleur
ICA AAAA rouge, bleu, jaune, vert ou orange, par page: 194$
Couleurs assorties, supplément: 218$
Encres métalliques, sur demande
Quadrichromie, supplément par page: 550$
Pages supplémentaires consécutives en quadrichromie typographique ou offset dans le même numéro supplément par page: 472$

Catégories particulières d'annonces
Cartes d'affaires et annonces nominations: 50$ 1" x 1 col payable à l'avance. Aucune commission d'agence, minimum 2" x 1 col.
Fond perdu, surdimension: sans frais
Encarts normaux fournis. Poids maximal du papier: 80 lb.
Chaque page publiée et fournie par l'annonceur sera facturée au prix applicable d'une page en noir et blanc.
Retiration: 246$ par page
Deux pages recto verso: prix applicable de l'espace.
Les encarts plus grands que ci-dessus seront facturés sur la même base. Encarts imprimés par l'éditeur: prix sur demande. Les encarts imprimés seront fournis au format de 8¼ x 10⅞ et expédiés à
Revue Moteur
a/s de Maclean-Hunter Ltée
4601, Yonge
Willowdale
Ontario
M2N 5L9

Page ou position spécifiées
25% de supplément, sur l'espace facturé
1re page de couverture: non vendue

Couverture	1 fois	6 fois	10 fois
	$	$	$
2e et 3e pages de couverture	1 347	1 280	1 213
4e page de couverture	1 555	1 477	1 399

Réservations et heures de tombée
Si des épreuves doivent être fournies au préalable, les textes et clichés devront parvenir, au plus tard, le 10 du mois précédant la date de publication. Date limite de réception des films complets: le 15 du mois précédent

Précisions typographiques
Dimension de la page rognée: 8⅛ de largeur sur 10⅞ de hauteur
Dimensions normales en pouces

Unité	Largeur	Hauteur	Largeur	Hauteur
1 page	7	10		
2/3 page	4⅝	10		
1/2 page (isolée)	4⅝	7½		
1/2 page	7	4⅞	3⅜	10
1/3 page	2¼	10	7	3¼
1/4 page	3⅜	4⅞	7	2⅜
1/6 page	2¼	4⅞		

Largeur de la colonne: 2¼ (57mm) ou 3⅜ (86mm)
Hauteur de la colonne: 10" (254mm)
Trois colonnes de 2¼ (57mm) de largeur ou deux colonnes de 3⅜ (86mm) par page
Trame: 100
Procédé d'impression: offset
Film simple à fond perdu de 8⅜" (213mm) x 11⅝" (295mm), à rogner à 8¼ (120mm) x 11¼ (286mm). Film double page à fond perdu de 16¾ (426mm) x 11⅝ (295mm), à rogner à 16½ (420mm) x 11¼ (286mm). Les encarts imprimés d'avance seront fournis à l'éditeur rognés à 9 x 12
Brochage: à plat
Les films réalisés, pour le compte de l'annonceur, lui seront facturés aux prix courants des photograveurs.
Cartes postales encartées: facturées au tarif de l'espace utilisé. Des frais de manutention de 15$/1 000 s'ajouteront pour les cartes mesurant moins de 4" (100mm) x 6" (152mm).
Aucun frais de manutention pour les cartes normales de 4" (100mm) x 6" (152mm).

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15% aux agences reconnues seulement sur la facturation brute de l'espace, des couleurs, du fond perdu, de l'emplacement et des frais spéciaux d'encarts.
Aucune commission ne sera accordée sur les autres frais: modifications techniques, tirés à part, petites annonces, etc.
Escompte de caisse: 2% du montant net
Délai d'escompte: le 10 du mois suivant la réception de la facture
Les comptes seront payables au bureau de l'éditeur, en monnaie canadienne ou autre d'un montant équivalent au cours du change en vigueur au moment du paiement.

Divers
Le tarif dégressif s'applique exclusivement aux annonces commerciales de l'annonceur; celles qu'il fera insérer pour le compte d'autres établissements, lui seront facturées conformément au présent tarif et suivant l'espace utilisé.
L'annonceur et l'agence de publicité ne tiendront Revue-Moteur aucunement responsable de la non insertion éventuelle de toute annonce, quelle qu'en soit la cause.
Les photographies, clichés, typographie et le travail artistique réalisés pour le compte de l'annonceur lui seront facturés.
Les accords verbaux ne seront pas reconnus par l'éditeur.
Le présent tarif pourra être modifié sans préavis.
L'éditeur ne sera lié d'aucune façon par toutes conditions imprimées ou énoncées autrement aux contrats ou pièces d'instruction relatives aux textes lorsqu'elles seront contraires à celle du présent tarif.
L'éditeur ne sera pas responsable de la reproduction imparfaite des couleurs des annonces, à moins que des épreuves gammes ne lui soient fournies.
Les négatifs (photogravures, galvonos, films, etc.), non réclamés un an après leur dernière utilisation, seront détruits par l'éditeur.
Le mot « annonce » sera porté au-dessus de tout texte qui, selon l'avis de l'éditeur, présentera un caractère rédactionnel.
Si la première insertion du contrat n'est pas publiée dans les 2 mois suivant la date du contrat, tout nouveau tarif entré en vigueur au cours de cette période s'appliquera. Le tarif est établi d'après l'espace total utilisé au cours des 12 mois suivant la date de la première insertion. Le tarif des programmes composés d'annonces de formats différents est établi, pour chaque format, d'après l'espace total utilisé; par exemple: 3 pages entières et 6 demi-pages équivalent à 6 pages entières ou à 12 demi-pages. Les pages entières bénéficient alors du tarif de 6 insertions et les demi-pages, du tarif de 12 insertions.
Tout texte publicitaire sera publié sous réserve d'approbation par l'éditeur.
Les annonceurs et agences de publicité assumeront la responsabilité du contenu entier des annonces imprimées (y compris le texte, la présentation et les illustrations) et assumeront aussi la responsabilité de toute réclamation adressée à l'éditeur à la suite de leur publication.

DISTRIBUTION

Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en décembre 1979
11 195

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
6.4%

Industrie et commerce

3050

AU FIL DU BOIS

IDENTIFICATION
Mensuel (10 numéros/an) publié le 5 de chaque mois
Édité en français par L'Association des Manufacturiers de Bois de Sciage du Québec
3555, boul. Hamel, bureau 200
Québec
G2E 2G6
Téléphone: (418) 872-5610; Télex: 051-3831
Format: revue
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Directeur: Guy Gauvin

INFORMATION
Moment de tombée
Le 5 du mois précédent

Personnel
Directeur de la rédaction: Guy Gauvin

PUBLICITÉ
Personnel
Publicité: Guy Gauvin

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante

Unité	1 fois	5 fois	10 fois
	$	$	$
1 page	325	275	235
2/3 page	240	200	175
1/2 page	200	165	135
1/3 page	130	110	100
1/4 page	110	90	80

Annonce couleur
Couleurs additionnelles: 75$

Catégories particulières d'annonces
Insertions: sans marge, 25% de plus

Page ou position spécifiées
Couvertures: 2e, 3e et 4e couverture
1 fois: 375$
5 fois: 325$
10 fois: 300$

Réservations et heures de tombée
Date de fermeture: 10e jour du mois

Précisions typographiques
Imprimé suivant le procédé « offset »
Format: 8½ x 11
Procédé 4 couleurs, la séparation est chargée en supplément

3060

BIJOU

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1969, publié le 20 du mois
Édité en français par La Compagnie des Éditions Horlogères Canadiennes Ltée
2950, Masson, bureau 205
Montréal
H1Y 1X2
Téléphone: (514) 728-3686
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 15$/an
États-Unis et autres: 20$ américains/an

Personnel de direction
Gérant: Réal Savard

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois précédant la parution

Personnel
Rédacteur en chef: André Robitaille

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Wilmer Hamel

Tarifs publicitaires
Carte No 12 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
1 page	750	700	650
2/3 page	640	590	540
1/2 page îlot	550	500	450
1/2 page	475	440	400
1/3 page	385	355	330
1/4 page	290	270	250
1/8 page	175	160	150

Les prix sont basés sur le volume total de publicité, en 12 mois, à partir de la 1re parution

Annonce couleur
Côut pour la couleur, impression à l'offset.
Rouge, bleu, vert, orange, jaune, ICA-AAAA par page en sus: 170$
Procédé 4 couleurs, en supplément de l'espace: 440$
Pour chaque 4 couleurs supplémentaires, dans la même édition: 375$

Catégories particulières d'annonces
Annonce classée: 1,00$ par mot ou chiffre, payable à l'avance 3,00$ supplémentaire pour case postale. Prix min. 30$
Pas de commission aux agences.
Encarts (fournis par le client)
1 page avec verso libre pour l'éditeur: 25% en sus du taux de l'espace
1 page avec verso en blanc: 50% supplémentaire
2 pages, dos à dos: taux de l'espace
Poids maximum acceptable 100 lbs: (25 x 38 – 200M)
Encarts à fournir, rognés d'avance: (8½" x 11") (215mm x 280mm)
Pour collage ou pour brochage 5$ net par mille quantité requise 2 700 livrés à notre adresse
Encarts (imprimés par l'éditeur) – prix fournis sur demande
Page rognée (franc-bord)
115$ supplémentaire par page complète ou moindre: min. 1/3 page

Page ou position spécifiées
Emplacement privilégié: 25% en sus
Les pages couvertures: (aucun droit d'annulation)
1re couverture: (non disponible)

	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
2e ou 3e couverture	990	925	865
4e couverture	1 040	975	915

La couleur en sus.
Aussi éditeurs du:
Guide Officiel de L'Expo-Achat Bijouterie
Tarif des annonces: sur demande
Publié le: 15 juin
Date de fermeture: le 30 mai
Répertoire des marques de commerce canadiennes:
Tarif des annonces: sur demande
Publié le: 15 janvier
Date de fermeture: le 15 décembre

Réservations et heures de tombée
Noir et blanc le 25 du mois précédant celui de la parution.
En couleurs: le 20 du mois précédant celui de la parution.

Précisions typographiques
Grandeurs requises:
Page à rogner: 8⅛" x 10⅞" (207mm x 276mm)
Page rognée: 8½" x 11" (215mm x 280mm)
Surface d'impression libre: 6 13/16" x 9 15/16" (173mm x 252mm)
Double page, côte-à-côte rognée (spread): 16½" x 11" (417mm x 280mm)
Nombre de colonnes: 2 ou 3
Largeur des colonnes: 2⅜" ou 3⅝" (55mm ou 84mm)
Hauteur des colonnes: 9¹⁵⁄₁₆" (252mm)
Trame demi-ton: 120
Broché à cheval

Modalités de paiements
15% aux agences reconnues seulement
Escompte de remise: 2%,
Net 30 jours

Divers
Coût raisonnable pour la traduction du texte d'annonce dans Bijou. Il peut être employé dans d'autres médias. Cinq jours supplémentaires sont demandés pour fins de traduction, composition et la correction d'épreuve.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en septembre 1980
2 295

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
20%

3070

CANADIAN MINING JOURNAL

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1879, publié le 22 du mois
Édité en anglais par Les Communications Southam Ltée
310, Victoria, bureau 201
Westmount
H3Z 2M9
Téléphone: (514) 487-2302; Télex: 055-66350
Format: revue
Coût du numéro
Canada: 3$
Ailleurs: 5$
Coût de l'abonnement
Canada: 26$/an; 39$/2 ans
Autres pays: 55$/an

Personnel de direction
Éditeur: K. McCollum
Président: Sidney J. Cohen

INFORMATION
Moment de tombée
Le 16 du mois précédent

Personnel
Rédacteur: Richard Fish

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: W. H. Hewitt
Publicitaires:
Kevin McCollum
Gilles Tanguay

Tarifs publicitaires
Carte No 37 (tarifs nationaux) en vigueur le 1er octobre 1980 et carte de la région de l'Est en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarifs « Est du Canada »

Unité	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
1 page	666	653	633
2/3 page	600	586	566
1/2 page îlot	533	520	506
1/2 page	446	440	426
1/3 page	333	326	313
1/4 page	266	260	253

Tarifs nationaux

Unité	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
1 page	1 110	1 088	1 055
2/3 page	1 000	977	944
1/2 îlot	888	866	844
1/2 page	744	733	710
1/3 page	555	544	522
1/4 page	444	433	422

13e numéro: non applicable.

Annonce couleur
Couleurs ICA-AAAA standard: 240$ de plus par page.
Couleurs spéciales: 260$ de plus par page.
Quadrichromie et trichromie: 780$ de plus par page.

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées:
0,44$ le mot.
55$ par pouce-colonne de 3⅜" de large.
3$ encadrement.
Nominations avec photographies: 3$ la ligne agate (colonne 2⅛")

Page ou position spécifiées
Couvertures 1re: non vendue

Couverture	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
2e et 3e couvertures	1 443	1 414	1 372
4 couverture	1 665	1 632	1 583

Non résiliables: minimum 2 couleurs; tarifs comprenant coûts de la couleur et de l'espace.

Réservations et heures de tombée
Le 23 du mois précédant la publication.
Les matériaux de reproduction seront requis avant le 30 du mois précédant la publication.
Compter au moins deux semaines de plus pour l'envoi de matériel des États-Unis.

Précisions typographiques
Type d'impression: plaques offset.
Encarts fournis par l'annonceur:
Pesanteur maximale du papier: 25" x 38" 140M.
Dimensions page simple: 8⅜", x 11¼" (213 x 286mm)
double page: 16¾" x 11¼" (426 x 286mm)
Les encarts imprimés au É.U. doivent indiquer clairement « Printed in U.S.A. »
Quantité sur demande.
Chacun des emballages devra indiquer la quantité et le nom de la publication.
Encarts imprimés par l'éditeur: tarifs sur demande.
Formats standard des annonces

Format	Largeur	Hauteur
page pleine	7"	10"
2/3 page vert	4½"	10"
2/3 page hor	7"	6½"
1/2 page vert	3⅜"	10"
1/2 page hor	7"	4⅞"
1/2 page contre-texte	4½"	7½"
1/3 page carrée	4½"	4⅞"
1/3 page vert	2⅛"	10"
1/3 page hor	7"	3¼"
1/4 page vert	3⅜"	4⅞"
1/4 page hor	7"	2¼"
page sans marge	8⅜"	11⅞"
page double	15½"	10"
page doub sans mar	16¾"	11⅞"

Format	Largeur	Hauteur
page pleine	178mm	254mm
2/3 page vert	114mm	254mm
2/3 page hor	178mm	165mm
1/2 page vert	86mm	254mm
1/2 page hor	178mm	124mm
1/2 page contre-texte	114mm	190mm
1/3 page carrée	114mm	124mm
1/3 page vert	54mm	254mm
1/3 page hor	178mm	83mm
1/4 page vert	86mm	124mm
1/4 page hor	178mm	57mm
page sans marge	213mm	283mm
page double	388mm	254mm
page doub sans mar	425mm	283mm

Format de la publication:
8⅛" x 10⅞" (206mm x 276mm)
Matériaux nécessaires pour impression offset:
Trame demi-ton: 100-120
Quadrichromie:
page simple: négatifs en couleurs tramés, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers. Double page: négatifs en couleurs tramés, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers.
Épreuve couleurs approuvée et épreuves électrostatiques.
Noir et blanc ou 2 ou 3 couleurs:
page simple: négatifs, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers. Double page négatifs, lecteur à l'endroit, émulsion à l'envers. Dans la mesure du possible, une épreuve couleurs et des épreuves électrostatiques seront fournies pour les annonces de 2 ou 3 couleurs.
Qualité des pellicules:
toutes les pellicules doivent avoir des dimensions et un pas uniformes. Chaque pellicule ne doit comporter qu'une seule couleur et être identifiée selon sa couleur. Les pellicules quadrichromes doivent comporter un registre d'épreuves électrostatiques placé aux coins de la pellicule. Le registre doit être exact.
Matériaux pour fins de conversion:
les matériaux suivant seront acceptés pour fin de conversion: positifs, pellicules, scotchprints, épreuves sur papier de reproduction de grande qualité de couleur blanche, clichés typographiques et maquettes. Dans ce dernier cas, la deuxième couleur, le cas échéant, sera indiquée sur une feuille d'acétate.
Les clichés typographiques devront être en bon état. Le lettrage grand format et condensé doit être évité ou grisé sur toutes les pièces.
L'éditeur se réserve le droit de facturer à l'annonceur les frais encourus pour la préparation de pellicules, à partir des matériaux de conversion.
Brochage:
piqûre à cheval.
Consignes d'expéditions:
les commandes de publicité, les consignes, la correspondance, les épreuves, les textes, les manifestes de douanes et les matériels de production seront envoyés au Service de la production publicitaire Canadian Mining, 310, Ave Victoria, bureau 201, Westmount, Québec, H3Z 2M9.
Les colis payés d'avance (envois express et films offset) seront envoyés à la même adresse.
Encarts:
les encarts fournis par l'annonceur doivent être envoyés à: Canadian Mining Journal, a/s Southam Murray Printing Co. Ltd., 2973 Weston Road, Weston, Ontario.
Les annonceurs américains sont priés de noter que les documents expédiés au Canada le seront par J. Gifford Broker, Mid-Continent Truck Terminal, 1608, The Queensway, Toronto, Ontario.
Entreposage des matériaux d'impression:
les gravures, les électrotypes (typographie), les négatifs, les positifs, les épreuves, les scotchprints, les acétates offset et les autres matériaux seront entreposés par l'éditeur pour une période de 12 mois, après quoi ils seront détruits, à moins que l'annonceur ou l'agence de publicité nous informe de les conserver.
Qualité de papier:
papier couché blanc: 25 x 38-100M.
Couverture: papier couché no. 25 x 38-140M.

Épreuves:
dans le cas des annonces fabriquées chez l'éditeur, celui-ci enverra trois épreuves photographiques de composition à l'annonceur ou à l'agence, à condition que les dates de tombée aient été satisfaites. Si les épreuves ne sont pas renvoyées par retour du courrier, l'éditeur estime alors qu'elles sont satisfaisantes et conviennent à la publication.

Modalités de paiements
Commission de l'agence
15% de commission est payé à l'agence reconnue sur l'espace, la couleur, les marges perdues et la position. Aucune commission n'est payée sur les frais imputables à l'ébarbure, l'impression des encarts; de même que sur les frais d'insertion et les annonces classées.
Date d'escompte:
selon les indications de la facture. Toutes les factures sont payables au bureau de l'éditeur, en fonds canadiens ou en fonds étrangers au taux du change en vigueur.
Termes:
net à 30 jours.

Divers
Tarifs réajustés et escomptes:
les annonceurs obtiendront des tarifs réajustés si, au cours des 12 mois suivant la date de la première insertion, ils n'utilisent pas tout l'espace sur lequel a été fondé le barème de facturation. Les annonceurs auront droit à des escomptes si, au cours des douze mois suivant la date de la première insertion, ils utilisent l'espace additionnel voulu pour se mériter un tarif plus bas. L'éditeur se réserve le droit d'annuler toute commande de publicité, à moins que la première insertion soit publiée dans les deux mois qui suivent la date de la commande de publicité.
Le principe de l'annonce complémentaire n'est pas accrédité. Les tarifs dégressifs sont fondés sur l'espace de publicité total utilisé sur une période de 12 mois, suivant la première insertion, et non pas seulement sur la fréquence.
Clause de protection de l'éditeur touchant la publication des annonces:
l'annonceur et l'agence de publicité sont responsables de tout le contenu (y compris le texte, la représentation et les illustrations) des annonces publiées dans la revue Canadian Doctor. A ce titre, ils assument l'entière responsabilité de toute réclamation déposée contre l'éditeur à cet effet, et ils s'engagent à dédommager l'éditeur pour toute réclamation formulée contre lui par toute personne à la suite de la publication d'une quelconque annonce. L'éditeur se réserve le droit de refuser toute annonce laquelle, selon lui, n'est pas conforme aux normes de la publication.
Les tarifs de publicité peuvent faire l'objet de changements sur avis et prendre effet pour tous les annonceurs avec le numéro spécifié et les numéros subséquents.
Les annonceurs à contrat, au moment de l'entrée en vigueur d'une augmentation de tarifs, bénéficieront des avantages contractuels pour les deux numéros suivant le numéro avec lequel l'augmentation prenait effet.
Les contrats reçus entre la date de l'annonce ou de publication des nouveaux changements et la date d'entrée en vigueur, seront sujets aux nouveaux tarifs à compter de la date d'entrée en vigueur. Les commandes de publicité pourront être annulées ou modifiées au moment de l'entrée en vigueur des changements de tarifs, sans subir de réajustements de tarifs, dans la mesure où les conditions du contrat sont alors dûment acheminées.
L'éditeur n'est lié par aucune condition, imprimée ou autrement, apparaissant sur les contrats ou sur les feuillets d'instructions, lorsque celle-ci entre en conflit avec les clauses de cette carte tarif. L'éditeur ne reconnaît, en aucun cas, les ententes verbales.
L'éditeur ne sera pas responsable de la reproduction des annonces couleur, à moins que des épreuves couleur lui soient fournies selon les indications pertinentes. Les frais de production des photographies, graphismes, gravures, etc. seront facturés à l'annonceur. Les frais de douane et la taxe de vente sur les encarts importés seront facturés à l'annonceur.
L'éditeur aura droit au paiement de l'annonce, selon les présentes clauses, une fois qu'il aura complété l'impression des annonces et qu'il aura pris les dispositions utiles et raisonnables pour assurer la distribution de la publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en mars 1980
8 330

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
86.1%

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: W.A.B. Davidson

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice de la publicité: Jeane Gallagher

Tarifs publicitaires
Carte No 47 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	500	430	375	345
2/3 page	430	395	345	335
1/2 page	345	305	265	220
1/3 page	255	240	220	210
1/4 page	240	220	195	175

Annonce couleur
Rouge, bleu, vert, jaune ou orange standard AAAA: 110$ de plus par couleur
Couleurs spéciales: 120$ de plus, par couleur
Quadrichromie: 350$ de plus, par page
Encres métalliques: sur demande

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées
10$ pour 15 mots, minimum
0.25$ par mot additionnel
Annonces commerciales: 20$ par pouce-colonne (2⅛")
Encarts: une page, verso à l'usage de l'éditeur, tarif dégressif plus 25%
Deux pages, imprimées des deux côtés, tarif dégressif
Taille de l'encart: 8⅜" x 11⅛"
Quantité requise: 4 500
Poids maximum du papier: 100 lbs
Le pays d'impression devra clairement apparaître sur les encarts étrangers.
Les tarifs de douane incombent à l'annonceur.
Page à marge perdue: 20% de surplus

Page ou position spécifiées
Couvertures non résiliables
1re couverture: 50% en sus du tarif d'une annonce courante
2e et 3e couvertures: 20% en sus du tarif d'une annonce courante
4e couverture: 30% en sus du tarif d'une annonce courante
Pages intérieures ou îlot: 10% en sus du tarif d'une annonce courante

Réservations et heures de tombée
Le 5 du mois précédant la publication

Précisions typographiques
Procédé d'impression: offset
Page type: 7" x 10"
⅔ page: 4½" x 10"
½ page: 3⅜" x 10" ou 7" x 4⅞"
Ilot½ page: 4½" x 7½"
⅓ page: 2⅛" x 10" ou 4½" x 4⅞"
¼ page: 3⅜" x 4⅞" ou 7" x 2⅜"
⅛ page: 3⅜" x 2⅛"
Négatifs: 133
Format soigné: 8⅛" x 10⅞"
Page sans marge: 8⅜" x 11⅛"
Brochage: piqûre à cheval

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues, sur l'espace, la couleur, la marge perdue et les tarifs de position spécifiée
2% d'escompte pour paiement effectué dans les 10 jours suivant l'envoi de la facture

3080

CANADIAN TEXTILE JOURNAL

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1883, publié le 1er de chaque mois
Édité en anglais par C.T.J. Inc.
4920, boul. de Maisonneuve ouest
bureau 307
Montréal
H3Z 1N1
Téléphone: (514) 487-2272
Format: revue
Coût du numéro:
Amérique du Nord: 2$
Ailleurs: 3$
Coût de l'abonnement:
Canada et États-Unis: 16$/an
Autres pays: 22$/an

Personnel de direction
Éditeur: W.A.B. Davidson

3090

COMMERCE MONTRÉAL

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1943, publié les 2e et dernière semaines du mois
Édité en français par La Chambre de Commerce de Montréal
1080, côte du Beaver Hall, 6e étage
Montréal
H2Z 1T1
Téléphone: (514) 866-2861
Format: revue
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Vice-président exécutif du secrétariat:
André Vallerand

INFORMATION
Moment de tombée
3 semaines avant la publication

Personnel
Responsable de la rédaction: Bernard Bonin

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Lyse Richard

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante

Unité	1	10	Parution 20
	$	$	$
Carte d'affaires	60	57	54
1/4 page	105	97.75	94.50
3/8 page	150	142.50	135
1/2 page	195	186.25	175.50
3/4 page	285	270.75	256.50
1 page	305	332.50	315

3100

MAGAZINE DE L'IMMOBILIER

IDENTIFICATION
Bimensuel édité en français et anglais par La Chambre d'Immeuble de Montréal
1080, Côte du Beaver Hall
Bureau 1712
Montréal
H2Z 1T3
Téléphone: (514) 861-2693
(514) 861-4711
Format: revue
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur: Normand Robidoux

INFORMATION
Moment de tombée
10 jours avant chaque parution

Personnel
Rédacteur en chef: Normand Robidoux

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Hugo Gravel et Associés
334, avenue Filiatrault
Sainte-Thérèse-en-Haut
J7E 2H9
Téléphone: (514) 663-8833
(514) 430-2876

Personnel
Responsable de la publicité:
Elizabeth Schoning

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarifs de base pour annonces en noir et blanc

Espace	Insertion 1	6	13	26
	$	$	$	$
Une page	850	825	790	725
2/3 page	645	625	595	550
1/2 page isolée	580	560	535	495
1/2 page	490	475	450	425
1/3 page	390	375	350	325
1/6 page	300	275	250	225

52 pages ou plus dans un même contrat: 650$

Annonce couleur
Couleurs standard: 195$
AAAA – rouge – bleu – vert – jaune – orange – couleur spéciale: 215$
4 couleurs: 575$
Encres métalliques: prix sur demande
L'éditeur n'est pas responsable de la reproduction de la publicité en couleur, à moins de que l'annonceur ne lui fournisse des épreuves à report.

Catégories particulières d'annonces
Encarts non acceptés
Page à marge perdue (bleed): supplément de 15%, qui s'ajoute aux frais d'espace et de couleur.
Aucune annonce à marge perdue d'une grandeur inférieure à 2/3 de page n'est acceptée pour publication.

Page ou position spécifiées
Supplément de 25%

Réservations et heures de tombée
Matériel prêt: 10 jours avant la tombée
Traduction et montage: 1er du mois précédent

Précisions typographiques
Imprimés par procédé offset
Format fini: 8⅛ x 10⅞
Grandeur de forme: 7 x 10
⅔ page: largeur 4½ x hauteur 10
½ page isolé: largeur 4½ x hauteur 7½
½ page horizontale: largeur 7 x hauteur 4⅞
½ page verticale: largeur 3¼ x hauteur 10
⅓ page horizontale: largeur 2⅛ x hauteur 10
⅓ page verticale: largeur 4½ x hauteur 5
⅙ page: largeur 2⅛ x hauteur 5
Largeur de la colonne: 2⅛
Nombre de colonnes: 3
Hauteur de colonne: 10
Matériel requis: pour le noir et blanc, noir et blanc avec 1 couleur, 1 jeu de négatifs ou 1 jeu de « scotch prints ». En quadrichromie (process): 1 jeu de films négatifs.

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Escompte de caisse: 2%, 10 jours ou net à 30 jours de la date de la facture.

Divers
Papier employé:
couverture, 120M webcoat
intérieur, newsprint
Le texte de l'annonce est sujet à l'approbation de l'éditeur, qui se réserve le droit de placer le mot « publicité » en haut ou en bas de toute annonce.
L'éditeur ne sera pas responsable du matériel qui ne lui aura pas été réclamé dans les 12 mois suivant sa publication.

3110

OPÉRATIONS FORESTIÈRES ET DE SCIERIE

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1965, publié le 20 de chaque mois
Édité en français par Les Communications Southam Ltée.
310, Victoria, bureau 201
Westmount
H3Z 2M9
Téléphone: (514) 487-2302. Télex: 05-268516
Format: revue
Coût de l'abonnement
Canada: 24,50$/an; 35$/2 ans
États-Unis: 33$/an
Autres pays: 49$/an
Exemplaire supplémentaire: 2$

Personnel de direction
Éditeur: Fred O'Leary
Président: Sidney J. Cohen
Vice-président: Cy Summerfield

INFORMATION
Moment de tombée
Le 19 de chaque mois

Personnel
Rédacteur en chef: Guy Fortin

PUBLICITÉ
Personnel
Production publicitaire: Diane Desroches
Publicitaire: Michel Lauzier

Tarifs publicitaires
Carte No 14 en vigueur depuis octobre 1980

Annonce courante
Tarifs de base pour annonces en noir et blanc

Espace	1 insertion	6 insertions	12 insertions
	$	$	$
Pleine page	957	938	909
2/3 page	861	842	813
1/2 page isolée	766	746	727
1/2 page	641	632	612
1/3 page	478	469	450
1/4 page	383	373	363

Escompte ou prix réduit
Tarifs pour annonces de plusieurs pages:
24 insertions: 890$
36 insertions: 871$

Annonce couleur
Tarifs pour annonces couleurs et sans marge:
Couleurs rouge, bleue, verte, jaune ou orange normales (ICA-AAAA), supplément par page: 180$
Couleurs spéciales et comparées, supplément par page: 200$
Quadrichromie, supplément par page: 540$

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées: (1¼ x 3¼) (une insertion) 56$ par insertion avec un rabais de 10% pour plus d'une insertion.
Encarts fournis par l'annonceur: une page, verso à l'usage de l'éditeur (sur papier permettant l'impression de clichés simili de linéature 100). Tarif dégressif plus 281$ par page. Une page, verso vierge, tarif dégressif plus 469$. Tarif deux pages, imprimées des deux côtés – tarif dégressif.
Quatre pages ou plus, tarif dégressif.
Encarts à plusieurs pages, tarifs sur demande.
Marges perdues: supplément de 140$ l'unité au tarif applicable de l'espace, format minimal ⅓ page.

Page ou position spécifiées
Tarifs pour annonces sur les pages de couverture

Couverture	1 insertion	6 insertions	12 insertions
	$	$	$
1re page couverture	–	–	–
2e et 2e page de couverture	1 244	1 219	1 181
4e page de couverture	1 435	1 407	1 363

Réservations et heures de tombée
Les insertions sont acceptées jusqu'au 14 du mois précédant la parution. La date limite de réception du matériel à reproduire est le 21 du mois précédant la parution. Pour les annonceurs et les agences des États-Unis, les échéances sont anticipées de 10 jours afin de compenser les délais de dédouanement.

Précisions typographiques
Impression par procédé offset.
Encarts fournis par l'annonceur: pesanteur maximale du papier 25 x 38 – 140M – 70 lb.
Dimensions page simple – 8⅜ x 11¼ (213 x 286mm) double page: 16¾ x 11¼ (426 x 286mm)
Les encarts imprimés aux É.U. doivent indiquer clairement « Printed in U.S.A.
Note: les frais de douane et la taxe de vente sont facturés à l'annonceur.
Quantité: au choix de l'annonceur.
Chacun des emballages devra indiquer la quantité et le nom de la publication.
Encarts imprimés par l'éditeur: tarifs sur demande.
Format standard des annonces

	Largeur	Hauteur
Pleine page	7	10
2/3 page vert.	4½	10
2/3 page hor.	7	6½
1/2 page vert.	3⅜	10
1/2 page hor.	7	4⅞
1/2 page contre-texte	4½	7½
1/3 page carrée	4½	4⅞
1/3 page vert.	2⅛	10
1/3 page hor.	7	3¼
1/4 page vert.	3⅜	4⅞
1/4 page hor.	7	2¼
Marge perdue	8⅜	11⅛
Double page	15¼	10
Page double sans marge	16¾	11⅛

	Largeur	Hauteur
Pleine page	178mm	254mm
2/3 page vert.	114mm	254mm
2/3 page hor.	178mm	165mm
1/2 page vert.	86mm	254mm
1/2 page hor.	178mm	124mm
1/2 page contre-texte	114mm	190mm
1/3 page carrée	114mm	124mm
1/3 page vert.	54mm	254mm
1/3 page hor.	178mm	83mm
1/4 page vert.	86mm	124mm
1/4 page hor.	178mm	57mm
Marge perdue	213mm	283mm
Double page	388mm	254mm
Page double sans marge	425mm	283mm

Format de la publication:
8⅛ x 10⅞ (206 x 276mm).
Matériaux nécessaires pour impression offset
Quadrichromie:
page simple négatifs en couleurs tramés, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers. Double page: négatifs en couleurs tramés, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers.
Épreuve couleurs approuvée et épreuves électrostatiques.
Noir et blanc ou 2 ou 3 couleurs
Page simple: négatifs, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers.
Double page: négatifs, lecteur à l'endroit, émulsion à l'envers.
Dans la mesure du possible, une épreuve couleurs et des épreuves électrostatiques seront fournies pour les annonces de 2 ou 3 couleurs.
Qualité des pellicules:
toutes les pellicules doivent avoir des dimensions et un pas uniformes. Chaque pellicule ne doit comporter qu'une seule couleur et être identifiée selon sa couleur. Les pellicules quadrichromes doivent comporter un registre d'épreuves élecrostatiques placé aux coins de la pellicule. Le registre doit être exact.
Matériaux pour fins de conversion:
les matériaux suivants seront acceptés pour fins de conversion: positifs, pellicules, scotchprints, épreuves sur papier de reproduction de grande qualité de couleur blanche, clichés typographiques et maquettes.
Dans ce dernier cas, la deuxième couleur, le cas échéant, sera indiquée sur une feuille d'acétate.
Les clichés typographiques devront être en bon état. Le lettrage, grand format et condensé, doit être évité ou grisé sur toutes les pièces.
L'éditeur se réserve le droit de facturer à l'annonceur les frais encourus pour la préparation de pellicules, à partir des matériaux de conversion.
Brochage:
piqûre à cheval
Consignes d'expéditions:
les commandes de publicité, les consignes, la correspondance, les épreuves, les textes, les manifestes de douanes et les matériaux de production seront envoyés au Service de la production publicitaire, Opérations Forestières, 310, Av. Victoria, bureau 201, Montréal, H3Z 2M9.
Entreposage des matériaux d'impression: les gravures, les électrotypes (typographie), les négatifs, les positifs, les épreuves, les scotchprints, les acétates offset et les autres matériaux seront entreposés par l'éditeur pour une période de 12 mois, après quoi ils seront détruits, à moins que l'annonceur ou l'agence de publicité nous informe de les conserver.
Qualité de papier: papier couché blanc: 100M
Couverture: papier couché no.2: 140M
Épreuves:
dans le cas des annonces fabriquées chez l'éditeur, celui-ci enverra trois épreuves photographiques de composition à l'annonceur ou à l'agence, à condition que les dates de tombée aient été satisfaites. Si les épreuves ne sont pas renvoyées par retour du courrier, l'éditeur estime alors qu'elles sont satisfaisantes et conviennent à la publication. Épreuves fournies pour matériel complet sur demande seulement.

Modalités de paiements
Commission de l'agence: 15% de commission est payé à l'agence reconnue sur l'espace, la couleur, les marges perdues et la position. Aucune commission n'est payée sur les frais imputables à l'ébardage et à l'impression des encarts; de même que sur les frais d'insertion et les annonces classées.
Date d'escompte: selon les indications de la facture. Toutes les factures sont payables au bureau de l'éditeur, en fonds canadiens ou en fonds étrangers au taux d'échange en vigueur.
Tarifs réajustés et escomptes: les annonceurs obtiendront des tarifs réajustés si, au cours des (12) douze mois suivant la date de la première insertion, ils n'utilisent pas tout l'espace sur lequel a été fondé le barème de facturation. Les annonceurs auront droit à des escomptes si, au cours des douze mois suivant la date de la première insertion, ils utilisent l'espace additionel voulu pour se mériter un tarif plus bas. L'éditeur se réserve le droit d'annuler toute commande de publicité, à moins que la première insertion soit publiée dans les deux mois qui suivent la date de la commande de publicité.

Divers
Clause de protection de l'éditeur touchant la publication des annonces: l'annonceur et l'agence de publicité sont responsables de tout le contenu (y compris le texte, la représentation et les illustrations) des annonces publiées dans la revue Opérations Forestières et de Scierie. À ce titre, ils assument l'entière res-

ponsabilité de toute réclamation déposée contre l'éditeur à cet effet, et ils s'engagent à dédommager l'éditeur pour toute réclamation formulée contre lui, par toute personne à la suite de la publication d'une quelconque annonce.
L'éditeur se réserve le droit de refuser toute annonce qui, selon lui, n'est pas conforme aux normes de la publication.
Les tarifs de publicité peuvent faire l'objet de changements sur avis et prendre effet pour tous les annonceurs, avec le numéro spécifié et les numéros subséquents.
Les annonceurs à contrat, au moment de l'entrée en vigueur d'une augmentation de tarifs, bénéficieront des avantages contractuels, pour les deux numéros suivant le numéro avec lequel l'augmentation prenait effet.
Les contrats reçus entre la date de l'annonce ou de publication des nouveaux changements et la date d'entrée en vigueur, seront sujets aux nouveaux tarifs, à compter de la date d'entrée en vigueur. Les commandes de publicité pourront être annulées ou modifiées, au moment de l'entrée en vigueur des changements de tarifs, sans subir de réajustements de tarifs, dans la mesure où les conditions du contrat sont alors dûment acheminées.
L'éditeur n'est lié par aucune condition, imprimée ou autrement, apparaissant sur les contrats ou sur les feuillets d'instructions, lorsque celle-ci entre en conflit avec les clauses de cette carte tarif. L'éditeur ne reconnait en aucun cas les ententes verbales.
Le principe de l'annonce complémentaire n'est pas accrédité.
Les tarifs dégressifs sont fondés sur l'espace de publicité total utilisé sur une période de 12 mois, suivant la première insertion, et non seulement, sur la fréquence.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1979
4 700

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
8,6%

3120

PULP AND PAPER

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1903, publié le 9 de chaque mois
Édité en anglais par Southam Communications Ltd.
310, Victoria, bureau 201
Westmount
H3Z 2M9
Téléphone: (514) 487-2302; Télex: 055-66350
Format: revue
Coût du numéro
Canada: 3$
Autres pays: 5$
Coût de l'abonnement
Canada: 26$/an; 39$/2 ans
États-Unis: 31$/an; 49$/2 ans
Autres pays: 69$/an

Personnel de direction
Éditeur: Georges Holgate
Président: Sidney J. Cohen

INFORMATION
Moment de tombée
Le 8 du mois précédent

Personnel
Rédacteur en chef: Keith F. Pearson

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Gene Mordaunt
Publicitaire: Patrick Clark

Tarifs publicitaires
Carte No 38 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif régional pour l'Est du Canada

Unité	1 fois	7 fois	13 fois	19 fois
	$	$	$	$
1 page	910	870	850	810
2/3 page	805	790	745	–
1/2 page	605	585	560	–
1/3 page	460	440	415	–
1/4 page	355	345	330	–

Annonce couleur
Couleur standard: 230$
Couleur spéciale: 255$

Divers
Imprimé offset

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin 1980
3 290 au Québec

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
72,7%

3130

LE QUÉBEC INDUSTRIEL

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1946, publié le 5 du mois
Édité en français par La Société des Publications spécialisées Maclean-Hunter
625, Président Kennedy
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141; Télex: 055-60604
Format: revue
Coût du numéro: 4$
Coût de l'abonnement
Canada: 19$/an; 26$/2 ans; 29$/3 ans
États-Unis, Royaume-Uni: 30$/an
Autres pays: 40$/an

Personnel de direction
Directeur de la revue: Jean M. Chagnon
Directeur (division des revues spécialisées, Montréal):
F.G. Marchand

INFORMATION
Moment de tombée
Le 9 du mois

Personnel
Rédacteur en chef: Pierre Deschamps

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Maurice Plante

Tarifs publicitaires
Carte No 26 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	Insertions 18 et plus	12 à 17	6 à 11	1 à 5
	$	$	$	$
1 page	1 130	1 180	1 240	1 295
2/3 page	960	1 000	1 050	1 105
1/2 page isolée	820	855	900	945
1/2 page	660	680	720	755
1/3 page	–	570	595	625
1/4 page	–	415	435	455

Annonce couleur
(ICA-AAAA), rouge, bleu, jaune, vert ou orange, par page: 190$
Couleurs assorties – supplément: 205$
Encres métalliques – or: 250$ – argent: 240$
Encres fluorescentes: supplément de 270$ sur le prix applicable.
Quadrichromie supplément par page: 555$
Pages supplémentaires consécutives en quadrichromie typographiques ou offset dans le même numéro: 495$

Catégories particulières d'annonces

Catégorie	Insertions 12 à 17	6 à 11	1 à 5
	$	$	$
Nominations 1/6 (2¼" x 5")	285	300	325
Cartes d'affaires 1/8 (3⅜" x 2⅜")	225	235	245

Encarts normaux fournis. Poids maximal du papier: 80 lb. Chaque page publiée et fournie par l'annonceur sera facturée au prix applicable d'une page en noir et blanc.
Retiration: 250$ par page
Deux pages recto verso: prix applicables de l'espace. Les encarts plus grands que ci-dessus seront facturés sur la même base.
Encarts imprimés par l'éditeur: prix sur demande.

Prévoir un blanc latéral de 2" sur le côté de la reliure pour les encarts d'une page.
Les encarts imprimés seront expédiés à: Le Québec Industriel, a/s Imprimerie Coopérative Harpell, 1 Pacifique, Sainte-Anne-de-Bellevue, Québec.
Quantité requise: 15 000
Fond perdu: 90$ par page ou fraction de page. (Format minimal accepté: ⅛ de page).

Page ou position spécifiées
Couvertures (non annulables).
1re page de couverture – non vendue

Couverture	Insertions 12 à 17	6 à 11	1 à 5
	$	$	$
2e et 3e pages de couverture	1 470	1 545	1 625
4e page de couverture	1 765	1 855	1 945

Couleurs: moyennant supplément, voir plus haut.
Emplacements préférentiels: incluant les pages de centre (excluant les pages de couverture): supplément de 25% sur l'espace facturé.

Réservations et heures de tombée
Date de tombée: si des épreuves doivent être fournies au préalable, les textes et clichés devront parvenir au plus tard le premier du mois précédant la date de publication. Date limite de réception des films complets: le 5 du mois précédent.

Précisions typographiques
Dimensions de la page rognée: 8⅛ (205mm) de largeur sur 10⅞ (275mm) de hauteur
Dimensions normales en pouces (mm)

Unité	Largeur	Hauteur
1 page	7	10
2/3 page	4⅝	10
1/2 page isolée	4⅝	7½
1/2 page	7	4⅞
	3⅜	10
1/3 page	2¼	10
	7	3¼
1/4 page	7	2⅜
	3⅜	4⅞
Nominations	2¼	5
Cartes d'affaires	3⅜	2⅜

Unité	Largeur	Hauteur
1 page	178mm	254mm
2/3 page	117mm	254mm
1/2 page isolée	117mm	191mm
1/2 page	178mm	124mm
	86mm	254mm
1/3 page	57mm	254mm
	178mm	84mm
1/4 page	178mm	60mm
	86mm	124mm
Nominations	57mm	127mm
Cartes d'affaires	86mm	60mm

Largeur de la colonne: 2¼ (57mm) ou 3⅜ (86mm)
Hauteur de la colonne: 10 (254mm)
Trois colonnes de 2¼ (57mm) de largeur ou deux colonnes de 3⅜ (86mm) par page.
Trame: 100
Procédé d'impression: offset
Film simple à fond perdu de 8⅜ (213mm) x 11⅝ (295mm), à rogner à 8⅛ (205mm) x 10⅞ (275mm)
Film double page à fond perdu de 16¾ (426mm) x 11⅝ (295mm), à rogner à 16¼ (412mm) x 10⅞ (275mm).
Brochage: à dos.
Les films réalisés pour le compte de l'annonceur lui seront facturés aux prix courants des photograveurs.
Cartes postales encartées: facturées au tarif de l'espace utilisé. Des frais de manipulation de 30$ de M s'ajouteront pour les cartes mesurant moins de 4" (100mm) x 6" (152mm). Aucun frais de manipulation pour les cartes normales de 4 (100mm) x 6 (152mm). L'encartage nécessite un excès de 2 (50mm) sur le côté à relier.

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15% aux agences reconnues seulement sur la facturation brute de l'espace, des couleurs, du fond perdu, de l'emplacement et des frais spéciaux d'encarts. Aucune commission ne sera accordée sur les autres frais: modifications techniques, tirés à part, petites annonces, etc.
Escompte de caisse: 2% du montant net.
Délai d'escompte: le 10 du mois suivant la réception de la facture.
Les comptes seront payables au bureau de l'éditeur, en monnaie canadienne ou autre d'un montant équivalent au cours du change en vigueur au montant du paiement.

Divers
Le tarif dégressif s'applique exclusivement aux annonces commerciales de l'annonceur; celles qu'il fera insérer pour le compte d'autres établissements lui seront facturées conformément au présent tarif et suivant l'espace utilisé.
L'annonceur et l'agence de publicité ne tiendront « Le Québec Industriel » aucunement responsable de la non insertion éventuelle de toute annonce, qu'elle qu'en soit la cause.
Les photographies, la composition spéciale, la typographie et le travail artistique réalisés, pour le compte de l'annonceur, lui seront facturés.
Les accords verbaux ne seront pas reconnus par l'éditeur.
Le présent tarif pourra être modifié sans préavis.
L'éditeur ne sera lié d'aucune façon par toutes conditions, imprimées ou énoncées autrement aux contrats ou pièces d'instructions relatives aux textes, lorsqu'elles seront contraires à celles du présent tarif.
L'éditeur ne sera pas responsable de la reproduction imparfaite des couleurs des annonces, à moins que des épreuves-gammes ne lui soient fournies.
Les négatifs (le travail artistique, galvanos, film, etc.), non réclamés un an après leur dernière utilisation, seront détruits par l'éditeur.
Annonces rédactionnelles
ces annonces ne seront pas acceptées.
Le mot « annonce » sera porté au-dessus de tout texte qui, selon l'avis de l'éditeur, présentera un caractère rédactionnel.
Contrats et textes
Si la première insertion du contrat n'est pas oubliée dans les deux mois suivant la date du contrat, tout nouveau tarif entré en vigueur au cours de cette période s'appliquera. Il n'existe aucun tarif « préférentiel ».
Le tarif est établi d'après l'espace total utilisé au cours des douze mois suivant la date de la première insertion. Le tarif des programmes composés d'annonces de formats différents est établi, pour chaque format, d'après l'espace total utilisé; par ex. 3 pages entières et 6 demi-pages équivalent à 6 pages entières ou à 12 demi-pages.
Les pages entières bénéficient alors du tarif de 6 insertions et les demi-pages, du tarif de 12 insertions.
Tout texte publicitaire sera publié sous réserve d'approbation par l'éditeur.
Les annonceurs et agences de publicité assumeront la responsabilité du contenu entier des annonces imprimées (y compris le texte, la présentation et les illustrations) et assumeront aussi la responsabilité de toute réclamation adressée à l'éditeur à la suite de leur publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 juin 1980
13 579

Organisme de certification de tirage
CCAB

3140

REVUE COMMERCE

ABC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1898, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Revue Commerce
1080, Beaver Hall
Montréal
H2Z 1T1
Téléphone: (514) 866-1728
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 14$/an; 30$/3 ans
États-Unis et autres: 21$/an

Personnel de direction
Président: Pierre Jeanniot
Administrateur: Claude Payette

INFORMATION
Moment de tombée
Vers le 1er du mois précédant la publication

Personnel
Rédacteur en chef: Maurice Chartrand

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité:
Claude Payette
Réal Curadeau (pour Montréal)

Tarifs publicitaires
Carte No 37 en vigueur le 1er juillet 1980

Annonce courante
Noir et blanc.

Format	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
1 page	1 370	1 305	1 240
2/3 page	1 150	1 093	1 039
1/2 page îlot	990	940	893
1/2 page	795	755	718
1/3 page	645	613	582
1/6 page	330	314	298

24 pages ou plus dans un même contrat, tarif noir et blanc: 1 175$
13e numéro de l'année, revue annuelle de l'économie. Date de parution: seconde moitié de février. La revue n'accepte que les pleines pages d'annonce: coût 1 425$ la page. Date de fermeture: le 19 janvier 1981.

Annonce couleur
Couleur standard AAAA: 210$
Couleur spéciale: 235$
4 couleurs: 625$
Encres métalliques: prix sur demande.
La revue n'assume pas la responsabilité de reproduction de la publicité en 4 couleurs, si non accompagnée d'épreuves à report.

Catégories particulières d'annonces
Page à marge perdue (bleed): 10%
À ajouter aux frais d'espace et de couleur.
Format minimum: ½ page
Encarts (fournis)
Page entière
Verso à la disposition de l'éditeur, supplément: 25%
Verso en blanc, supplément: 50%
Recto et verso: tarif général
Autres formats – insertions spéciales: prix sur demande
Poids du papier: Maximum 80 lbs (25 x 38 – 160M)
Si le papier utilisé ne permet pas à l'éditeur d'imprimer le verso de l'encart en offset (trame 133), le supplément de 50% s'applique.
Cartes-réponse, coût de l'espace: 480$
Ajouter le supplément pour position préférentielle, si désirée.
Papier: 70 lbs postal offset blanc
Expédier les encarts port payé (non rognés et à plat si imprimés sur une face – pliés, si les encarts sont de deux pages et imprimés des deux côtés) à:
Revue Commerce
Imprimerie Coopérative Harpell
1 rue Pacifique
Sainte-Anne de Bellevue
Québec
H9X 1C5

Page ou position spécifiées
Couvertures 4 couleurs – (non annulables)

Couverture	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
2e et 3e couvertures	2 337	2 256	2 175
4e couverture	2 680	2 582	2 485

Position préférentielle: supplément 25%

Réservations et heures de tombée
Matériel prêt: le 13 du mois précédent.
Traduction et montage: le 1er du mois précédent.

Précisions typographiques
Imprimé: offset
Relié: encollé sans couture

Unité	Largeur	Hauteur	mm
Format fini	8⅛"	10⅞"	(206 x 276)
Forme (420 lignes agate)	7"	10"	(178 x 254)
Encart pleine page	8¼"	11¼"	(210 x 285)
Format à marge perdue (bleed)	8¼"	11½"	(210 x 285)

Unité	Largeur	Hauteur	mm
Format à marge perdue			
2 pages	16½"	11¼"	(420 x 285)
2/3 page	4½"	10"	(114 x 254)
1/2 page îlot	4½"	7½"	(114 x 191)
1/2 page horizontale	7"	4⅞"	(178 x 124)
1/2 page verticale	3¼"	10"	(83 x 254)
1/3 page	2⅛"	10"	(54 x 254)
1/3 page	4½"	5"	(114 x 127)
1/6 page	2⅛"	5"	(54 x 127)
Colonne	2⅛"	10"	(54 x 254)

Nombre de colonnes: 3
Trame: 100-133
Matériel requis:
Pour le noir et blanc, noir et blanc avec couleur: 1 jeu de négatifs ou 1 jeu de « scotch prints ».
Pour les quadrichromies (4 couleurs process): 1 jeu de films négatifs et d'épreuves à report.
Tout travail exécuté sur les originaux sera facturé. Il en est de même du coût de la composition en caractères, non disponibles chez l'imprimeur, et des nouveaux films.

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Escompte de caisse: 2%, 10 jours ou net 30 jours de la date de la facture.

Divers
Les textes publicitaires sont sujets à l'approbation de l'éditeur.
L'éditeur se réserve le droit de placer le mot « publicité » en haut ou en bas de toute annonce.
Matériel
Commerce ne sera pas responsable du matériel qui ne lui aura pas été réclamé dans les douze mois suivant sa publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
42 107

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
2,5%

Informatique

3150

L'INFO-QUÉBEC

IDENTIFICATION
Mensuel (10 nos/an) établi en 1977, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par La Fédération de l'Informatique du Québec Inc.
C.P. 10025
Sainte-Foy
G1V 4C6
Téléphone: (418) 627-0470
Format: revue
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur: Lam Locong

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 de chaque mois

Personnel
Rédacteur en chef: Jean-François Lallier

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Lise Dion-Parent

Tarifs publicitaires
En vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
Tarif pour 1 insertion (5.5cm x 6.5cm): 50$
Tarif pour 1 insertion (1 page): 500$

3160

INFORMATIQUE-QUÉBEC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1979, publié le 15 du mois
Édité en français par Les Publications Informatique-Québec Ltée
254, Bloomfield
Outremont
H2V 3R4
Téléphone: (514) 270-4795; Télex: 055-61773
Format: tabloid
Coût du numéro: 1,25$
Coût de l'abonnement: 15$/an; 25$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur: Pierre Saint-Arnaud

INFORMATION
Moment de tombée
3 jours avant la parution

Personnel
Rédacteur en chef: Pierre Saint-Arnaud

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Pierre Saint-Arnaud

Tarifs publicitaires
Carte No 3, en vigueur en février 1981

Annonce courante

Unité	Prix par ligne
	$
28 à 559 lignes	2.10
560 à 979 lignes	1.70
980 à 1 749 lignes	1.65
1 750 à 2 939 lignes	1.60
2 940 à 3 499 lignes	1.55
3 500 à 5 879 lignes	1.50
5 880 à 6 859 lignes	1.45
6 860 à 11 759 lignes	1.40
11 760 à 14 167 lignes	1.35
14 168 à 25 759 lignes	1.30
25 760 et plus	1.25

Unité	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
Pleine page tabloid (1 155 lignes) 10⅝ x 13¾	1 905	1 790	1 615	1 560
Pleine page magazine (770 lignes / sur 5 col.) 8¾ x 11	1 305	1 230	1 155	1 078
Page format magazine (560 lignes / sur 4 col.) 7 x 10	950	925	865	810
Demi-page magazine (280 lignes / sur 2 col.) 3½ x 10 7 x 5	590	475	460	435
Tiers de page magazine (vertical) (188 lignes / sur 2 col.)	394	320	310	300
Quart de page (142 lignes) 3½ x 5	294	294	238	231

Annonce couleur
Chaque couleur par page: 160$
Quadrichromie: 470$
Couleur spéciale, chacune: 250$

Catégories particulières d'annonces
Tranché à vif: aucun frais supplémentaire
Les annonces sans marge dans pages centrales seulement
Les tranchés à vif sur pleines pages seulement.
Insertions: cartes-réponses
15$M grandeur minimum 6 x 4
épaisseur .007
languette: 1½
Autres insertions: tarifs de la page noir et blanc pour chaque page imprimée. Quantité minimum, 28 000
Section les annonces: minimum 1 x 1 colonne
Carrières et professions
Ces pages comportent 6 colonnes
1 colonne: 1⅝"
2 colonnes: 3½"
3 colonnes: 5¼"
4 colonnes: 7"
5 colonnes: 8¾"
6 colonnes: 10⅝"
Tarif uniforme: 1,75$ la ligne
Sur contrat, 1 600 lignes et plus: 1,25$ la ligne

Page ou position spécifiées
Vendue sur base de contrats non annulables
Couvertures 2 et 3: plus 20%
Couverture 4: plus 25%
Couverture 1: plus 40%
îlot et position préférentielle: plus 20%

Réservations et heures de tombée
Publication et guillotine
Publié le 15 du mois
Guillotine: 5 jours avant publication
Faire parvenir les bons d'insertion et le matériel à:
Les Publications Informatique Québec Ltée
254, avenue Bloomfield
Outremont
H2V 3R4

Précisions typographiques
Impression par offset
Demi-ton: 100 maximum
Page imprimée: 10⅝ x 13¾ (6 colonnes)
Page taillée: 11¼ x 15
Tranché à vif: 11¼ x 15
Nombre de colonnes: 6
1 colonne: 1⅝
2 colonnes: 3½
3 colonnes: 5¼
4 colonnes: 7
5 colonnes: 8¾
6 colonnes: 10⅝
L'éditeur ajuste les colonnes en fonction des annonces soumises pour les îlots et les tiers de page.

Modalités de paiements
15% de remise sur espace et position aux agences reconnues seulement.
La remise sera retirée après 60 jours de la facturation en cas de non paiement intégral.

Divers
Matériel accepté
Négatifs ou positifs de films, épreuves de vélox, montages d'artistes ou extraits de publications.
Si requis, l'éditeur fera la composition et le montage d'annonces, sans frais.

3170

INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE

IDENTIFICATION
Mensuel (10 nos/an) établi en 1980
Édité en français par Les Publications Armand Inc.
7045 Ave. du Parc, bureau 100
Montréal
H3N 1X7
Téléphone: (514) 276-4211
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement: 15$/an; 25$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur: Jacques T. Armand
Directeur: Yves Blain

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 de chaque mois

Personnel
Rédacteur en chef: Yves Roberge

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Yves Blain
Publicitaire: Jeanne Bélanger

Tarifs publicitaires
Carte No 2 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Espace	1 fois	5 fois	10 fois
	$	$	$
1 page	970	850	770
3/4 page	770	695	640
2/3 page	660	590	550
1/2 page	530	465	440
1/3 page	365	325	275
1/4 page	290	260	235

Escompte ou prix réduit
Pages d'annonces générales occasionnel: 1,25$ la ligne agate
1 000 lignes, période de 10 mois: 1.05$ la ligne agate
10 000 lignes, période de 10 mois: 0.85$ la ligne agate

Annonce couleur
Chaque couleur standard 1CA-AAAA: 180$
Couleur spéciale: 235$
4 couleurs process: 500$

Page ou position spécifiées
Couvertures intérieures avant et arrière: 1 100$ la page
Couverture arrière: 1 265$

Précisions typographiques
1 page: 140 lignes agate x 3 colonnes
3/4 page: 105 lignes agate x 3 colonnes
2/3 page: 140 lignes x 2 colonnes
ou 95 lignes x 3 colonnes
1/2 page: 70 lignes x 3 colonnes
ou 105 lignes x 2 colonnes
1/3 page: 47 lignes x 3 colonnes
ou 70 lignes x 2 colonnes
ou 140 lignes x 1 colonne
1/4 page: 105 lignes x 1 colonne
ou 53 lignes x 2 colonnes
ou 35 lignes x 3 colonnes

Divers
Les annonceurs liés par contrat, au moment de l'annonce des nouveaux tarifs, conservent leurs privilèges pour l'édition où les nouveaux tarifs entrent en vigueur et pour deux éditions subséquentes.

Littérature et poésie

3180

NOS LIVRES

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1970, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par l'Office des Communications sociales
4005, de Bellechasse
Montréal
H1X 1J6
Téléphone : (514) 729-6391
Petit format
Coût du numéro : 1,25$
Coût de l'abonnement
Canada : 10$/an
À l'étranger : 12$/an

Personnel de direction
Directeur général : Lucien Labelle

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 de chaque mois

Personnel
Rédactrice en chef : Madeleine Bellemare

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité : Claudette Proulx

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante
2 pages : 1 950$ pour 10 parutions
1 page : 1 050$ pour 10 parutions
1/2 page : 650$ pour 10 parutions

3190

SPIRALE

IDENTIFICATION
Mensuel (10 numéros/an) établi en 19/9, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Spirale Enr.
3571, Dorion
Montréal
H2K 4B7
Téléphone : (514) 522-0494
Format : tabloïd
Coût du numéro : 0,95$
Coût de l'abonnement
Individu : 9$/an
Institutions : 12$/an
De soutien : 25$/an

Personnel de direction
Directeur : Laurent-Michel Vacher

INFORMATION
Personnel
Responsable de l'information : Normand de Bellefeuille
Secrétaire à la rédaction : André Roy

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire : Johanne de Bellefeuille

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante
1/16 page (2½ x 3¼) : 35$
1/8 page (5 x 3¼) : 60$
1/4 page (2½ x 13¼), (5 x 6½) : 100$
page (5 x 13¼), (10 x 6½) : 175$
1 page (10 x 13¼) : 275$
Bande hor. (3¼ x 10) (bas de la 1re page) : 175$

Loisirs et sports

3200

AGORA

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1977, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par La Fédération Québécoise des Services socio- culturels (FQSSC)
1415, Jarry est
Montréal
H2E 2Z7
Téléphone : (514) 374-4700, poste 413
Format : revue (feuilles 8½ x 11)
Coût du numéro : gratuit pour les membres
Coût de l'abonnement : 5$/an pour les non-membres

Personnel de direction
Président : Gilles Lachance
Directrice générale : Christiane Hardy

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois précédant la parution

Personnel
Rédaction : Christiane Hardy

PUBLICITÉ

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en novembre 1977

Annonce courante
1 page : 350$
1/2 page : 225$
1/4 page : 125$
1/8 page : 90$

3210

BULLETIN-VOYAGES

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1978, publié le lundi
Édité en français par Les Systèmes Marketing Voyages Ltée
1121, Sainte-Catherine ouest, bureau 502
Montréal
H3B 1J5
Téléphone : (514) 845-3237
Format : revue
Coût du numéro : 0,25$
Coût de l'abonnement
Canada et États-Unis : 10$/an
Outre-Mer : 15$/an

Personnel de direction
Éditeur : Guy Jonkman

INFORMATION
Moment de tombée
Jeudi 12 h

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information : Sylvie Bergeron

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité : Sylvie Bergeron

Tarifs publicitaires

Annonce courante

	Fois					
Unité	1	6	13	18	26	52
	$	$	$	$	$	$
1 page	400	370	345	320	300	275
1/2 page	300	270	240	215	200	180
1/6 ou 1/8 page	225	200	175	150	135	120

3220

JOURNAL DES VOYAGES

IDENTIFICATION
Hebdomadaire (46 nos) établi en 1978, publié le lundi
Édité en français par Les Productions Aventure Inc.
5184 Earnscliffe
Montréal
H3X 2P5

Téléphone: (514) 483-1682
C.P. 547 Succ. Snowdon
Montréal
H3X 3T7
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement:
12$/an (46 nos)
23$/2 ans (92 nos)
34$/3 ans (138 nos)

Personnel de direction
Directeur: Patrick Verbeeck

INFORMATION
Moment de tombée
Mardi 17 h

Personnel
Rédacteur en chef: Jean-Guy Duguay

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Patrick Verbeeck

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur le 1er septembre 1980

Annonce courante

Unité	publicité locale	publicité nationale
	$	$
1 à 1 000 lignes	0.70	0.80
1 001 à 2 500 lignes	0.69	0.79
2 501 à 5 000 lignes	0.68	0.78
5 001 à 10 000 lignes	0.65	0.76
10 001 à 20 000 lignes	0.62	0.74
20 001 à 50 000 lignes	0.58	0.72
50 000 lignes et plus	0.55	0.70

Annonce couleur
Standard par page et par couleur: 130$
Tramée par page et par couleur: 160$
4 couleurs (noir et 3 couleurs): 480$

Page ou position spécifiées
Pages centrales: 25% en sus
Page 3: 50% en sus
Couverture 1: 100% en sus
Couvertures 2 et 3: 50% en sus
Couverture 4: 75% en sus

Réservations et heures de tombée
Mardi avant la parution

Précisions typographiques
Hauteur de la colonne: 185 lignes agate
Largeur de la colonne: 9 picas 6 points
Nombre de colonnes par page: 6
Impression offset
Les exigences techniques peuvent être modifiées sans préavis

Modalités de paiements
Les comptes sont payables sur réception des factures.
Commission d'agence: 15%
2% escompte
Il n'y a pas de commission aux agences de publicité pour les annonces de détail.

Divers
Les éditeurs se réservent le droit de changer leurs tarifs de publicité sur préavis écrit de 30 jours.
Les annonceurs étrangers sont priés de solder leurs factures, leurs comptes, au taux courant du dollar canadien.

3230

LOISIRS ET SPORTS

IDENTIFICATION
Mensuel (11 numéros/an) établi en 1972
Édité en français par Le Regroupement des Organismes nationaux de Loisir du Québec
1415, Jarry est
Montréal
H2E 2Z7
Téléphone: (514) 374-4700, postes 422, 425
(514) 374-4353
Format: revue
Coût du numéro: 1,50$
Coût de l'abonnement
15$/an
Étudiant: 12$/an
International: 25$/an

Personnel de direction
Président: Raymond Blain

INFORMATION
Moment de tombée
14 jours avant la date de parution

Personnel
Rédacteur en chef: Antoine Godbout
Secrétaire à la rédaction: François Huot

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Antoine Godbout

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1980

Annonce courante

Unité	1 parution	6 parutions	12 parutions
	$	$	$
1 page	300	285	270
1/2 page	180	170	160
1/3 page	145	137	130
2/3 page	230	218	207

Annonce couleur
85$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante.
Quadrichromie (full process): 250$

Catégories particulières d'annonces
Cartes d'affaires

Format	1 parution	6 parutions	11 parutions
	$	$	$
4cm x 5.7cm	55	45	35

Encarts: coût sur demande spécifique.

Page ou position spécifiées

Couverture	1 parution	6 parutions	11 parutions
	$	$	$
Page couverture 2e et 3e (non annulable)	400	380	360
Page couverture 4e (non annulable)	500	475	450

Précisions typographiques
Format du magazine (à fond perdu): 20,5 x 28cm
Format de la page imprimée: 18 x 25cm
Couvertures: glacé
Pages intérieures: Roland offset 1OM
Dimensions des espaces publicitaires

Unité	Hauteur	Largeur
1/2 page vert.	12,5cm	18cm
1/2 page hor.	19cm	11.8cm
1/3 page	25cm	5.7cm
1 page	25cm	18cm
2/3 page	25cm	11.8cm

Le client fournit les « prêts-à-photographier » (vélox ou maquette originale) de même que les négatifs de séparation de couleurs pour les annonces en quadrichromie.

Modalités de paiements
Remise aux agences reconnues: 15%

Divers
Impression à fond perdu: pas de coût supplémentaire.

3240

MARKETING VOYAGES

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1977, publié le 5 de chaque mois.
Édité en français par les Systèmes Marketing Voyages Ltée.
1121, Sainte-Catherine ouest, bureau 502
Montréal
H3B 1J5
Téléphone: (514) 845-3237
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada et États-Unis: 18$/an
Outre-mer: 22$/an

Personnel de direction
Présidente et directrice générale:
Louise P. Jonkman
Éditeur: Guy Jonkman
Chef des éditions spéciales: Monica Péloquin

INFORMATION
Moment de tombée
Le 1er du mois précédant l'édition

Personnel
Directrice de la rédaction: Louise P. Jonkman
Rédacteur en chef: Guy Jonkman

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice des ventes: Marie-Andrée Lalonde
Directeur de la publicité: Michel McDonald

Tarifs publicitaires
Carte No 7 en vigueur le 1er septembre 1980

Annonce courante

Unité	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	850	770	720	770
2/3 page	680	620	590	550
1/2 page	610	560	530	510
1/3 page	530	490	470	460
1/6 page	390	370	350	340

Aucun tarif combiné n'est alloué avec quelque magazine que ce soit, qu'il appartienne au groupe Marketing Voyages ou à tout autre.

Annonce couleur
Couleurs AAAA standard (par page, par couleur): 200$
Couleur assortie (par page, par couleur): 225$
Encres métalliques, or ou argent (par page): 360$
Quadrochromie (par page): 600$

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées: 22$ par pouce-colonne.
Encarts:

Format	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
4 pages	575	555	545	535
6 pages	975	955	935	915

Cartes-réponse (pas de commission)
Fournies et payées: 195$
Imprimées par Marketing Voyages: 625$
Coût par insertion: 29$/1 000
Annonces séparées: disponibles

Page ou position spécifiées
Page centrale double et pages 3 et 11 (éditorial): 15% de plus
Page à marge perdue: 20% de plus
Les couvertures ne sont pas résiliables.

Couverture	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
Couvertures 2-3	1 070	1 430	970	940
Couverture 4	1 070	1 010	970	940
Page double	1 570	1 430	1 340	1 300

Réservation et heures de tombée
Le 15 du mois précédant la publication

Précisions typographiques
Tarif de traduction: 30$ par annonce
Travail d'artiste: 45$ par annonce
Impression offset, sur feuilles couchées
Broché à cheval
Format type: 8⅜" x 10⅞"
Nombre de colonnes: 3
Largeur de colonne: 2⅛"
Couleurs disponibles: AAAA/ABP, assorties 4 couleurs process
AAAA/MPA 5 couleurs process
Le métalique: simulé
Format de l'annonce: 7" x 10"
Pages rognées: 8½ x 11"
Pages doubles: 17" x 11"
Format des annonces:
1 page – 7" x 10"
2/3 page – 4 7/16" x 10"
1/2 page – 7" x 4⅞"
1/3 page – 2⅛" x 10"
1/3 page – 4 7/16" x 4 7/16"
1/3 page – 7" x 3½"
1/3 page – 4½" x 5"
1/6 page – 2⅛" x 4⅞"

Modalités de paiements
15% aux agences sur l'espace, la couleur et les positions spéciales
2% d'escompte, 10 jours
Paiement net, 30 jours

Divers
Les bons d'insertions, preuves, négatifs, annonces doivent être envoyés à: Marketing Voyages, 1121 ouest, Ste-Catherine Bureau 502, Montréal, H3B 1J5.
Pour tout matériel hors du Canada, veuillez envoyer le matériel 1ère classe ou utiliser l'avion. Dans ce dernier cas, veuillez faire mention « St-Arnaud et Bergevin » courtiers en douane et vous serez facturé séparément pour les frais du courtier.
Les brochures à être insérées dans Marketing Voyages devront être envoyées, frais de port compris, à Marketing Voyages, a/s Poste Continentale Ltée, 1355 Tees, Ville St-Laurent, Qué.

3250

MOTO JOURNAL

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1972, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Brave Beaver Press Works Ltd.
666, boul. Sainte-Croix
Montréal
H4L 3Y2
Téléphone: (514) 747-4723
Format: tabloïd
Coût du numéro: 1,75$
Coût de l'abonnement
Canada: 11,95$/an
États-Unis et étranger: 15,95$/an

Personnel de direction
Éditeur: Martin Lévesque

INFORMATION
Moment de tombée
sur demande

Personnel
Rédacteur en chef: Jean-Pierre Belmonte

PUBLICITÉ
Personnel
Représentante des ventes: Dena Kovshoff

Tarifs publicitaires
Carte No 10 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Noir et blanc

Unité	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
page double	2 145	2 037	1 956	1 898
1 page	1 097	1 042	1 000	970
2/3 page	821	779	748	725
¾ de page sur 2 colonnes	675	644	616	597
½ page	661	631	606	587
1/3 page	471	448	430	417
¼ page	364	345	331	321
1/6 page	262	249	239	232
Carte de marchand	113	107	103	100
Petite carte de marc.	75	71	68	66

Sans marge: 10% de plus

Annonce couleur
Couleur: 225$ de plus que le tarif dégressif.
Quadrichromie: 700$ de plus que le tarif dégressif, par page.
Page double en quadrichromie:
1 fois: 3 145$
3 fois: 2 988$
6 fois: 2 868$
12 fois: 2 782$

Catégories particulières d'annonces
Pour être inscrit dans la liste des marchands et des services, avec un maximum de 30 mots: 195$/année (payable à l'avance).
Pour être inscrit dans la liste des clubs de motocyclette, avec un maximum de 30 mots: 100$/année.
Annonces classées individuelles:
10$ pour 25 mots
0,15$ par mot additionnel
commerciales:
20$ pour 25 mots
0,30$ par mot additionnel
Encarts: contacter le service de la publicité pour les tarifs, les quantités, les dates de livraison et l'expédition.

Page ou position spécifiées
15% de plus que le tarif dégressif
Couvertures en quadrichromie

Couverture	1 fois	3 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$	$
2e et 3e couvertures	2 600	2 470	2 371	2 300
4e couverture	2 800	2 660	2 554	2 477

Réservations et heures de tombée

Date du numéro	Date de sortie	Date de tombée
Janvier 81	7 décembre	29 octobre
Février	11 janvier	2 décembre
Mars	8 février	30 décembre
Avril	8 mars	28 janvier
Mai	5 avril	25 février
Juin	3 mai	25 mars
Juillet	7 juin	29 avril
Août	5 juillet	27 mai
Septembre	9 août	30 juin
Octobre	6 septembre	29 juillet
Novembre	4 octobre	26 août
Décembre	1 novembre	23 septembre

Précisions typographiques
Imprimé par plaques offset
Grandeur des annonces en pouces

Unité		Format sans marge
page double	15 x 10	16⅞ x 11⅛
1 page	7 x 10	8 7/16 x 11⅛
2/3 page vert.	4⅝ x 10	5⅜ x 11⅛
¾ de page sur 2 colonnes	4⅝ x 7½	5⅜ x 8⅛
½ page hor.	7 x 4 13/16	8⅞ x 5 9/16
1/3 page vert.	2¼ x 10	3 x 11⅛
1/3 page carrée	4⅝ x 4 13/16	5⅜ x 5 9/16
1/6 page vert.	2¼ x 4 13/16	
1/6 page hor.	4⅝ x 2⅜	
Double carte de marchand	2¼ x 4⅛	
Carte de marchand	2¼ x⅛	

Modalités de paiements
Il est demandé aux nouveaux annonceurs de payer à l'avance leurs 3 premières insertions, afin d'établir leur crédit chez l'éditeur.
Paiement net en 30 jours.
15% d'escompte pour la publicité locale.
15% d'escompte aux agences reconnues.

Toutes les commandes d'espaces sont sujettes à ces exigences
Les tarifs dégressifs ne s'appliquent que s'il y a un contrat signé.
L'espace retenu par contrat doit être utilisé dans l'année suivant la première insertion.
L'annonceur et l'agence de publicité assument toute la responsabilité concernant le contenu de la publicité (texte et illustration) ainsi que toute plainte portée contre l'éditeur.
Ils acceptent d'indemniser l'éditeur pour toute perte ou tout frais encourus.

Divers
Tout élément de production supplémentaire sera chargé à 9$ l'unité.

3260

LE MOUSQUETON

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par La Fédération québécoise de la Montagne
1415, Jarry est
Montréal
H2E 2Z7
Téléphone: (514) 374-4700

Personnel de direction
Responsable de l'édition: Denis Gravel

3270

LA PHILATÉLIE AU QUÉBEC

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par La Fédération québécoise de Philatélie,
Membre de la Confédération des Loisirs du Québec.

1415, Jarry est
Montréal
H2E 2Z7
Téléphone: (514) 374-4700, postes 404, 406
Format: revue
Coût du numéro: 0,75$
Coût de l'abonnement
Canada: 6$/10 numéros
États-Unis: 6,50$/10 numéros
Autres pays: 7,50$/10 numéros

Personnel de direction
Directeur: Michel Strecko

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Yves Taschereau

3280

PHOTOMAG

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1980, publié le 5 du mois
Édité en français par les Éditions du Gémeau Inc.
88, Saint-Louis
Ville Lemoyne
J4R 2L4
Téléphone: (514) 671-3244
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement: 18$/an; 30$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur: Jean Dumouchel

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 du mois précédent

Personnel
Responsable de la rédaction et de l'information: Jean Dumouchel

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Jean Dumouchel

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er juin 1980

Annonce courante
Tarif mensuel
1 page (8½ x 11): 280$
2/3 page: 210$
1/2 page: 180$
1/3 page: 115$
1/4 page: 95$
Carte d'affaires (1/8 page): 50$

Annonce couleur
120$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante
Quadrichromie: 500$ en sus

Page ou position spécifiées
Préférence de position: 20% de supplément
Page de droite exigée: 10% de supplément
Couverture arrière: 380$ pour une parution
Couverture intérieur: 330$ pour une parution

Réservations et heures de tombée
Le 10 du mois précédent

3290

QUÉBEC CHASSE ET PÊCHE

ABC/ACAS

IDENTIFICATION
Mensuel (11 fois/an) établi en 1971, publié l'avant-dernier jeudi du mois
Édité en français par les Publications Plein-Air Inc.
5786, Christophe Colomb
Montréal
H2S 2G1
Téléphone: (514) 270-9241
Format: revue
Coût du numéro: 2,25$
Coût de l'abonnement
Canada: 18$/an
États-Unis: 24$/an
Europe: 26$/an

Personnel de direction
Président: Pierre Bessette
Directeur général: André-Y. Croteau

INFORMATION
Moment de tombée
60 jours avant la parution (sauf pour la page éditoriale)

Personnel
Directeur de la rédaction: Jeannot Ruel

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Pierre Bessette

Tarifs publicitaires
Carte No 10 en vigueur le 1er février 1981

Annonce courante

Unité	1 fois	3 fois	6 fois	11 fois
	$	$	$	$
1 page	1 815	1 705	1 620	1 520
2/3 page	1 470	1 390	1 330	1 245
1/2 page	1 080	1 025	980	905
1/3 page	825	775	740	705
1/4 page	590	560	530	495
1/6 page	440	425	410	405
1/12 page	330	320	310	300

Annonce couleur
Noir, plus 1 couleur: 165$ en sus du tarif d'une annonce courante.
Quadrichromie: 550$ en sus du tarif d'une annonce courante.

Catégories particulières d'annonces
Page à marge perdue: 15% extra du coût total.

Page ou position spécifiées
Couvertures (non résiliables) 11 numéros consécutifs incluant 4 couleurs.
2e ou 3e couverture: 2 650$
4e couverture: 2 980$
Page du centre
Gauche ou droite, extra: 25%
Gauche et droite, extra: 30%
Position choisie: 15% extra.

Réservations et heures de tombée
Date de fermeture: si des épreuves sont requises, il faut compter 10 jours, précédant les dates de fermeture ci-dessous:
Édition de février: 18 décembre
Édition de mars: 22 janvier
Édition d'avril: 19 février
Édition de mai: 26 mars
Édition de juin: 23 avril
Édition de juillet: 21 mai
Édition d'août: 25 juin
Édition de septembre: 23 juillet
Édition d'octobre: 27 août
Édition de novembre: 24 septembre
Édition de décembre/janvier: 22 octobre

Précisions typographiques
Spécifications: procédé web offset
Page composée: 7" de largeur à 10" de hauteur
Format fini: 8¼" de largeur x 10⅞" de hauteur.
À marge perdue: 8½" de largeur x 11⅜" de hauteur.
Largeur de colonne: 2⁹⁄₁₆" ou 3⅜"
Nombre de colonnes: 2 ou 3
Demi-ton tramé: 133. Broché à dos de cheval.

Unité	Largeur	Hauteur
1 page	7"	10"
2/3 page	7"	6½"
2/3 page	4⅝"	10"
1/2 page	3⅜"	10"
1/2 page	4⅝"	7"
1/2 page	7"	4⅞"
1/3 page	4⅝"	4⅞"
1/3 page	2⁹⁄₁₆"	10"
1/4 page	4⅝"	3¼"
1/4 page	3⅜"	4⅞"
1/6 page	4⅝"	2⅜"
1/6 page	2⁹⁄₁₆"	4⅞"

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Escompte de 2% le 20 suivant

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1980
67 809

Organisme de certification de tirage
ABC

3300

QUÉBEC SOCCER

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1977, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Les Promotions Socbec Inc.
9652, boul. St-Michel
Montréal
H1H 5G6
Téléphone: (514) 387-0664
Format: revue
Coût du numéro: 1,25$
Coût de l'abonnement:
10$/an; 18$/2 ans
joueur 7,50$/an

Personnel de direction
Éditeur: Pascal Cifarelli

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 de chaque mois

Personnel
Rédacteur en chef: Paul Côté

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean Séguin et Associés Inc.
601 Côte Vertu
Ville St-Laurent
H4L 1X8
Téléphone: (514) 748-6561

Personnel
Responsable de la publicité: Jean Malboeuf

Tarifs publicitaires
Carte No 2 en vigueur le 1er mars 1979

Annonce courante
Noir et blanc

Unité	1 parution	3 parutions
	$	$
1 page	600	580
1/2 page	350	340
2/3 page	450	440
1/3 page	300	290
1/4 page	175	165
1/6 page	150	140
1/8 page	125	115

Unité	6 parutions	12 parutions
	$	$
1 page	550	500
1/2 page	320	300
2/3 page	420	400
1/3 page	270	250
1/4 page	145	125
1/6 page	130	115
1/8 page	100	90

Annonce couleur
Couverture
1 couleur additionnelle: 150$ add.
4 couleurs process: 350$ add.
Intérieur
Chaque couleur standard: 50$ add.
Couleur spéciale: 100$ add.
4 couleurs process: 300$ add.

Page ou position spécifiées

Couverture	$	$	$	$
4e couverture	1 000	850	750	700
2e et 3e couv.:	750	650	550	500

Réservations et heures de tombée
Date de fermeture: le 15 du mois précédent.

Précisions typographiques
Surface d'impression: 7¼ de largeur par 9¼ de hauteur.
Reliure: à dos-de-cheval, imprimé sur rotatif.
Trame: 100
Largeur de colonne: 2¼ sur 3 colonnes; 3½ sur 2 colonnes
Hauteur de colonne: 130 lignes
Nombre de colonnes: 2 ou 3
Matériel: les dessins achevés, épreuves de reproduction et photos sont acceptés sans frais supplémentaires, si l'annonce est complète.
Conception graphique: la conception de la publicité peut être faite pour un coût additionnel.

3310

SPORTS CLUB MAGAZINE

BDA

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) édité en français par Publisystème Inc.
531, Deslauriers
Montréal
H4N 1W2
Téléphone: (514) 337-2941
Format: revue
Coût du numéro: 1,50$
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean-René Gagnon
Directeur: Claude-André Lavergne
Directeur de l'édition: Denis Duquet

INFORMATION
Personnel
Rédacteur: Guy Robillard

PUBLICITÉ
Personnel
Direction des ventes:
Gilles Leduc
Anne-Carole Ethier

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 31 décembre 1979
59 360

Organisme de certification de tirage
BDA, division de CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
0,1%

Mouvements sociaux et droits de la personne

3320

L'ACTION NATIONALE

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1917
Édité en français par l'Action Nationale
82, Sherbrooke ouest
Montréal
H2X 1X3
Téléphone: (514) 845-8533

Petit format
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement: 20$/an, 25$/an (de soutien)

Personnel de direction
Directeur: Jean Genest

INFORMATION
Abonné à Telbec

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Jean Genest
Téléphone: (514) 387-2541

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er mai 1980

Annonce courante
1 page: 120$ par parution
1/2 page: 60$ par parution

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaires: 10$ par parution

Page ou position spécifiées
Couverture: 150$ par parution

3330

ÂGE D'OR/VIE NOUVELLE

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1977, publié le 1er et le 15 de chaque mois
Édité en français par les Publications FADOQ Inc
1415, Jarry est
Montréal
H2E 2Z7
Téléphone: (514) 374-4700, poste 416;
Télex: 055-6-1244
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.40$
Coût de l'abonnement: 8$/an; 15$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Manuel Maître

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 et le 15 de chaque mois
Agence de presse: Keystone International

Personnel
Rédacteur en chef et responsable de l'information: Manuel Maître

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
J.-H. Champagne et Associés
3892, Bellechasse
Montréal
H1X 1J4
Téléphone: (514) 376-9108
376-4812

3340

LE BERDACHE

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1979, publié le 10e jour du mois
Édité en français par L'Association pour les droits de la communauté gaie du Québec
263, Sainte-Catherine est
Montréal
H2X 1L5
Téléphone: (514) 843-8671
C.P. 36, Succursale C
Montréal
H2L 4J7
Format: revue
Coût de l'abonnement: 6$/an

Personnel de direction
Éditeur: Jean-Michel Sivry
Directeur: Pierre Boileau

INFORMATION
Moment de tombée
Le septième jour du mois

Personnel
Responsable de la rédaction: Jean-Michel Sivry

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Vital Caron

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
1/4 page, 9 x 12: 60$
1/3 page, 5.5 x 24: 75$
1/2 page, 9 x 24: 110$
1/2 page, 18 x 12: 110$
2/3 page, 11.5 x 24: 140$
1 page, 18 x 24: 200$

Catégories particulières d'annonces
Carte de visite: 25$

Page ou position spécifiées
Couverture 2 ou 3: 250$
Couverture arrière: 400$

Réservations et heures de tombée
Le 25 de chaque mois

3350

COMBAT

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1946, publié à tous les 2 vendredis
Édité en français au 4164, Parthenais
Montréal
H2K 3T9
Téléphone: (514) 524-6810
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.30$
Coût de l'abonnement
Canada: 6$/an; 10$/2 ans
À l'étranger:
Surface 7$/an; 11$/2 ans
par avion 10$/an; 18$/2 ans

Personnel de direction
Éditrice: Bernadette Lebrun

INFORMATION
Moment de tombée
Les 1er et 3e mardis du mois

Personnel
Rédactrice en chef: Claire DaSylva-Demers

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
1 page: 400$
1/2 page: 200$
1/4 page: 100$
1/16 page: 25$

3360

FEMMES D'ICI

IDENTIFICATION
Mensuel (10 fois/an) établi en 1977, publié la première semaine du mois
Édité en français par l'AFEAS (Association féminine d'éducation et d'action sociale)
180, Dorchester est, bureau 200
Montréal
H2X 1N6
Téléphone: (514) 866-1813
Format: revue
Coût du numéro: 0.50$
Coût de l'abonnement: 5$/an

Personnel de direction
Présidente: Christiane Gagné
Secrétaire générale: Lise Leduc

INFORMATION
Moment de tombée
2 mois avant la parution

Personnel
Rédactrice en chef: Louise P.-Pilon

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Huguette Dalpé

Tarifs publicitaires
Carte de tarif en vigueur le 1er septembre 1979

Annonce courante

Unité	Coût annuel	Coût mensuel
	$	$
1 page	5 750	600
1/2 page	2 900	345
1/3 page	2 000	240
1/4 page	1 565	190
1/6 page	1 110	135

Page ou position spécifiées
Dos de la couverture: 6 500$/coût annuel 780$/coût mensuel

3370

FEUX VERTS

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1972, publié le 1er du mois
Édité en français par La Corporation du Journal des Handicapés du Québec
1900, Sauvé est, bureau 100
Montréal
H2B 3A8
Téléphone: (514) 384-0510
Format: revue
Coût du numéro: 1.25$
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Coordonnateur: Jacques Brodeur

INFORMATION
Moment de tombée
Le premier du mois précédant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction: Lise Brousseau

PUBLICITÉ
Personnel
Responsables de la publicité:
Roland Goyer
Gilles Ledoux

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	1 fois	2 fois	3 fois et plus
	$	$	$
1 page	500	475	450
1/2 page	300	275	250
1/4 page	200	175	150
2/3 page	400	380	360
1/3 page	250	225	200
1/6 page	150	130	110
1/8 page	125	100	80
1/12 page carte d'affaires	80	70	60

Annonce couleur
Chaque couleur additionnelle: 90$ de surplus
Procédé 4 couleurs: 350$ de surplus

Page ou position spécifiées

Couverture	1 fois	2 fois	3 fois et plus
	$	$	$
Page arrière	600	575	550
Page couverture 2 et 3	550	525	500
Page centrale	1 100	1 000	950

Pour toute autre position préférentielle: 10% de supplément

3380

GERBE D'OR

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1972
Édité en français par Le Conseil Régional de l'Âge d'Or
190, Laurier
Saint-Jean-sur-Richelieu
J3B 6K6
Téléphone: (514) 347-0910
Petit format
Coût de l'abonnement: 2.50$/an

INFORMATION
Personnel
Rédaction: J.A. Dionne

PUBLICITÉ

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
1 page: 100$
1/2 page: 50$
10 insertions dans 1 page: 25$

3390

L'INFORMATION NATIONALE

IDENTIFICATION
Mensuel (10 numéros/an) établi en 1951, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par La Société de Publication l'Information nationale Ltée
82, Sherbrooke ouest
Montréal
H2X 1X3
Téléphone: (514) 843-8851
Format: semi tabloid
Coût du numéro: 1$
Coût de l'abonnement: 5$/an

Personnel de direction
Éditeur: Gérard Turcotte
Président: André Vien

INFORMATION
Moment de tombée
Le dernier vendredi du mois précédant la parution

Personnel
Rédacteurs:
Gérard Turcotte
Robert Goyette

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Maxime Gaudet

Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
1 page: 400$
1/2 page: 200$
1/4 page: 100$
3½ x 5: 60$
3½ x 3¼: 40$
1¼ x 5: 30$
1¼ x 3¼: 20$

Page ou position spécifiées
Page 3: 425$
Dernière page: 450$

3400

PLEIN VOL

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1968, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Le Conseil de l'Âge d'Or de la Mauricie
C.P. 1324
Trois-Rivières
G9A 5L2
Téléphone: (819) 374-5774
Format: revue
Coût de l'abonnement: 3$/an

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
1/2 page: 45$ pour 10 numéros
1/8 page: 25$ pour 10 numéros

3410

LES 4 SAISONS

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par Le Conseil de l'Âge d'Or
(région de Québec)
510, Saint-François est
Québec
G1K 2Z4
Téléphone: (418) 529-6693
Coût du numéro: gratuit

3420

LE TROISIÈME ÂGE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1970, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Le Club Social des lecteurs du 3e Âge Inc.
8003, Saint-Denis
Montréal
H2R 2G2
Téléphone: (514) 384-2356
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 5$/an

Personnel de direction
Directrice: Françoise Morin

INFORMATION
Moment de tombée
Le 20 du mois précédant la parution
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la rédaction: Françoise Morin

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Lucien Boutet

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er décembre 1980

Annonce courante
Tarif de base: 0.25$ la ligne agate
1 page: 300$
1/2 page: 150$
1/3 page: 100$
1/4 page: 75$
1/6 page: 38$ (bas de page, 10% de plus en première page)
1/10 page: 30$
1/16 page: 18$
Carte d'affaires: 15$

Escompte ou prix réduit
3 à 5 parutions: 5%
6 à 12 parutions: 10%

Annonce couleur
50$ par couleur, par page en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Publi-reportage: 0.35$ la ligne agate

Réservations et heures de tombée
Le 20 du mois précédant la parution

Précisions typographiques

Unité	largeur	hauteur
1 page	10	14.
1/2 page	7	10.
1/3 page	4½	10.
1/4 page	5	7.
1/6 page	2	10.
1/10 page	3	5.
1/16 page	2	5.
Cartes d'affaires	2	3½.

Unité	lignes agate	
1 page	1 200 lignes	200 x 6 colonnes
1/2 page	600 lignes	100 x 6 colonnes
1/3 page	390 lignes	65 x 6 colonnes
1/4 page	300 lignes	100 x 3 colonnes
1/6 page	180 lignes	30 x 6 colonnes
1/10 page	120 lignes	40 x 3 colonnes
1/16 page	75 lignes	25 x 3 colonnes
Cartes d'affaires	50 lignes	25 x 2 colonnes

Modalités de paiements
Paiement net dans les 30 jours

Musique

3430

MARCHE ET MANOEUVRES

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par La Fédération des Associations musicales du Québec
1415, Jarry est
Montréal
H2E 2Z7
Téléphone: (514) 374-4700, poste 415
Format: revue
Coût de l'abonnement: 4$/an

Personnel de direction
Directeur général: Marcel Boudreault

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
En vigueur en 1981

Annonce courante
Pleine page: 100$ pour 1 mois
1/2 page: 50$ pour 1 mois
1/4 page: 30$ pour 1 mois

Escompte ou prix réduit
Pleine page: 80$ par mois, à l'année
1/2 page: 40$ par mois, à l'année
1/4 page: 25$ par mois, à l'année

Catégories particulières d'annonces
Carte d'affaires:
20$ pour 1 mois
15$ par mois, à l'année

Religion

3440

AVEC LUI

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par Le Mouvement Eucharistique du Canada
2335, Sherbrooke ouest
Montréal
H3H 1G6
Téléphone: (514) 931-6191
Format: tabloïd
Coût du numéro: 0.35$
Coût de l'abonnement: 5$/an
de soutien, 6$ et plus/an

Personnel de direction
Directeur: Denis Richard Lalonde

3450

L'ÉGLISE CANADIENNE

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1968, publié les 1er et 3e jeudis du mois
Édité en français par La Revue l'Église Canadienne Inc.
1073, boul. Saint-Cyrille ouest
Québec
G1S 4R5
Téléphone: (418) 681-8109
Format: revue
Coût du numéro: 1.25$
Coût de l'abonnement
Canada et États-Unis: 16$/an
Autres provinces par avion: 25$/an

Personnel de direction
Président: Maurice Dubé
Directeur: Jacques Barnard

INFORMATION
Moment de tombée
Lundi 17 h précédant les 1er et 3e jeudis de chaque mois

Personnel
Responsable de la rédaction: Jacques Barnard
Rédactrice: Yolande Richard

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Jacques Barnard

F3

Tarifs publicitaires
Carte No 2 en vigueur depuis septembre 1980

Annonce courante

Unité	1 livraison	22 livraisons
	$	$
1 page	175	3 500
1/2 page	100	2 000
1/4 page	60	1 200
1/8 page	45	880

3460

L'ÉGLISE DE MONTRÉAL

IDENTIFICATION
Hebdomadaire établi en 1882, publié le jeudi
Édité en français par L'Archevêché de Montréal
2000, Sherbrooke ouest
Montréal
H3H 1G4
Téléphone: (514) 931-7311
Petit format
Coût du numéro: 0.30$
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Directeur: Yvan Desrochers, ptre

INFORMATION
Moment de tombée
Le vendredi matin

Personnel
Responsable de la rédaction:
Yvan Desrochers, ptre

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité:
Yvan Desrochers, ptre

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 24 février 1977

Annonce courante

Unité	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
1 page	115	110	105
1/2 page	65	62	59
1/3 page	50	48	45
1/4 page	40	38	36
1/8 page (carte d'affaires)	25	23	21

Unité	24 fois	48 fois
	$	$
1 page	95	65
1/2 page	55	40
1/3 page	40	30
1/4 page	32	20
1/8 page (carte d'affaires)	18	12

3470

ENSEMBLE POUR BÂTIR

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par La Fabrique d'Évain
C.P. 424
Évain
J0Z 1Y0
Téléphone: (819) 768-9581
Format: tabloïd
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement de soutien: 2$/an

Personnel de direction
Directeur: Maurice Descôteaux

INFORMATION
Moment de tombée
Le 22 de chaque mois

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires

Annonce courante
Tarif local: 0.20$ la ligne agate

3480

PASTORALE QUÉBEC

ACPC

IDENTIFICATION
Bimensuel édité en français par Le Diocèse catholique de Québec
1073, boul. Saint-Cyrille ouest
Québec
G1S 4R5
Téléphone: (418) 688-1211
Format: revue
Coût de l'abonnement: 15$/an; 20$/an (de soutien)

Personnel de direction
Secrétaire de la revue: Antoinette Lamothe

INFORMATION
Moment de tombée
15 jours ouvrables avant la parution

Personnel
Directeur du comité de rédaction:
Pierre Morissette

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires

Annonce courante
1 page: 125$
1/2 page: 70$
1/4 page: 40$
1/8 page: 25$
1/16 page: 15$

Santé

3490

L'ACTUALITÉ MÉDICALE

IDENTIFICATION
Bimensuel établi en 1980, publié le vendredi
Édité en français par L'Actualité Médicale Inc.
50, place Crémazie, bureau 324
Montréal
H2P 2S9
Téléphone: (514) 381-9308
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement
Canada: 30$/an; 50$/2 ans
Royaume-Uni: 40$/an; 70$/2 ans
Autres pays: 45$/an; 80$/2 ans

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Robert Dion

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jacques Lauzon et Associés Ltée
50, place Crémazie, bureau 324
Montréal
H2P 2S9
Téléphone: (514) 381-9308

3500

CANADIAN DOCTOR

CCAB/CBP/AMM/CCPP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1935, publié le 1er du mois
Édité en anglais par Les Communications Southam Ltée
310, Victoria, bureau 201
Westmount
H3Z 2M9
Téléphone: (514) 487-2302; Télex: 055-66350
Format: revue
Coût du numéro
Canada: 3$
Ailleurs: 4$

Coût de l'abonnement
Canada: 24,50$/an; 37$/2 ans
États-Unis: 47$/an
Ailleurs: 49$/an

Personnel de direction
Éditeur: Garnet Crossman
Président: Sydney J. Cohen

INFORMATION
Moment de tombée
Le 5 du mois

Personnel
Rédacteur en chef: Peter N. Williamson

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaire: Gisèle Dandurand

Tarifs publicitaires
Carte No 30 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante

Unité	1 fois	6 fois	12 fois	24 fois
	$	$	$	$
1 page	1 395	1 375	1 335	1 295
2/3 page	1 260	1 230	1 200	1 160
1/2 page îlot	1 125	1 105	1 070	1 035
1/2 page	935	915	890	860
1/3 page	700	685	665	645
1/4 page	555	545	535	510
1/6 page	525	515	500	485

Unité	36 fois	48 fois	72 fois
	$	$	$
1 page	1 265	1 230	1 190
2/3 page	1 130	1 110	1 070
1/2 îlot	1 005	990	955
1/2 page	845	825	795
1/3 page	630	620	600
1/4 page	500	490	480
1/6 page	470	455	445

13e numéro: non applicable.

Annonce couleur
Couleurs ICA-AAAA standard: 400$ de plus par page.
Couleurs spéciales: 545$ de plus par page.
Quadrichromie et trichromie: 985$ de plus par page.

Catégories particulières d'annonces
Annonces classées:
50$ par pouce-colonne de 2⅛" de large.
70$ par pouce-colonne de 3⅜" de large.
5$ encadrement.
Encarts:
deux pages imprimées des deux côtés: tarif dégressif.
Quatre pages ou plus: tarif dégressif
Par insertion: 375$ (commission non applicable) si l'annonceur utilise moins de 12 insertions durant l'année du contrat. Quand l'annonceur signe un contrat pour 12 insertions ou plus, un escompte s'applique.
Seuls les encarts, pleine grandeur, seront acceptés.
Nominations avec photographies: 3$ la ligne agate (colonne 2⅛")

Page ou position spécifiées
Couvertures:
1re: non vendue
2e et 3e: 3 060$
4e: 3 595$
Non résiliables; quadrichromie seulement; tarifs comprenant coûts de la couleur et de l'espace.
En général: 25% en sus du tarif de l'annonce « Junior spreads » (2 demi-îlots): 25% en supplément sur le « demi-spread » seulement.

Réservations et heures de tombée
Le premier du mois précédant la publication.
Les matériaux de reproduction seront requis avant le 8 du mois précédant la publication.
Compter au moins deux semaines de plus pour l'envoi de matériel des États-Unis.

Précisions typographiques
Type d'impression: plaques offset.
Encarts fournis par l'annonceur
Pesanteur maximale du papier: 25" x 38" 160M.
Dimensions page simple: 8⅜" x 11¼" (213 x 286mm)
double page: 16¾" x 11¼" (425x 286)
Les encarts imprimés au É.U. doivent indiquer clairement « Printed in U.S.A. ».
Quantité sur demande.
Chacun des emballages devra indiquer la quantité et le nom de la publication.
Encarts imprimés par l'éditeur: tarifs sur demande

Précisions typographiques
Formats standard des annonces

Format	Largeur	Hauteur
page pleine	7"	10"
2/3 page vert.	4½"	10"
2/3 page hor.	7"	6½"
1/2 page vert.	3⅜"	10"
1/2 page hor.	7"	4⅞"
1/2 page contre-texte	4½"	7½"
1/3 page carrée	4½"	4⅞"
1/3 page vert.	2⅛"	10"
1/3 page hor.	7"	3¼"
1/4 page vert.	3⅜"	4⅞"
1/4 page hor.	7"	2¼"
page sans marge	8⅜"	11⅛"
page double	15¼"	10"
page doub. sans mar.	16¾"	11⅛"

Format	Largeur	Hauteur
page pleine	178mm	254mm
2/3 page vert.	114mm	254mm
2/3 page hor.	178mm	165mm
1/2 page vert.	86mm	254mm
1/2 page hor.	178mm	124mm
1/2 page contre-texte	114mm	190mm
1/3 page carrée	114mm	124mm
1/3 page vert.	54mm	254mm
1/3 page hor.	178mm	83mm
1/4 page vert.	86mm	124mm
1/4 page hor.	178mm	57mm
page sans marge	213mm	283mm
page double	388mm	254mm
page doub. sans mar.	425mm	283mm

Format de la publication: 8⅛" x 10⅞" (206mm x 276mm)
Matériaux nécessaires pour impression offset: trame demi-ton: 100-120
Quadrichromie:
page simple négatifs en couleurs tramés, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers. Double page: négatifs en couleurs tramés, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers.
Épreuve couleurs approuvée et épreuves électrostatiques.
Noir et blanc ou 2 ou 3 couleurs:
page simple: négatifs, lecture à l'endroit, émulsion à l'envers. Double page négatifs, lecteur à l'endroit, émulsion à l'envers. Dans la mesure du possible, une épreuve couleurs et des épreuves électrostatiques seront fournies pour les annonces de 2 ou 3 couleurs.
Qualité des pellicules:
toutes les pellicules doivent avoir des dimensions et un pas uniformes. Chaque pellicule ne doit comporter qu'une seule couleur et être identifiée selon sa couleur. Les pellicules quadrichromes doivent comporter un registre d'épreuves électrostatiques placé aux coins de la pellicule. Le registre doit être exact.
Matériaux pour fins de conversion:
les matériaux suivants seront acceptés pour fins de conversion: positifs, pellicules, scotchprints, épreuves sur papier de reproduction de grande qualité de couleur blanche, clichés typographiques et maquettes. Dans ce dernier cas, la deuxième couleur, le cas échéant, sera indiquée sur une feuille d'acétate.
Les clichés typographiques devront être en bon état. Le lettrage grand format et condensé doit être évité ou grisé sur toutes les pièces.
L'éditeur se réserve le droit de facturer à l'annonceur les frais encourus pour la préparation de pellicules, à partir des matériaux de conversion.
Brochage: piqûre à cheval
Consignes d'expéditions:
les commandes de publicité, les consignes, la correspondance, les épreuves, les textes, les manifestes de douanes et les matériels de production seront envoyés su Service de la production publicitaire Canadian Doctor, 310, Av. Victoria, bureau 201, Westmount, Québec, H3Z 2M9.
Les colis payés d'avance (envois express et films offset) seront envoyés à la même adresse.
Encarts:
les encarts fournis par l'annonceur doivent être envoyés à: Canadian Doctor, a/s Southam Murray Printing Co Ltd, 2973 Weston Road, Weston, Ontario.
Les annonceurs américains sont priés de noter que les documents expédiés au Canada le seront par J. Gifford Broker Mid-Continent Truck Terminal, 1608, The Queensway, Toronto, Ontario.
Entreposage des matériaux d'impression:
les gravures, les électrotypes (typographie) les négatifs, les positifs, les épreuves, les scotchprints, les acétates offset et les autres matériaux seront entreposés par l'éditeur pour une période de 12 mois, après quoi ils seront détruits, à mois que l'annonceur ou l'agence de publicité nous informe de les conserver.
Qualité de papier:
papier couché blanc: 25 x 38 – 90M
Couverture: papier couché no. 25 x 38 – 140M
Épreuves:
dans le cas des annonces fabriquées chez l'éditeur, celui-ci enverra trois épreuves photographiques de composition à l'annonceur ou à l'agence, à condition que les dates de tombée aient été satisfaites. Si les épreuves ne sont pas renvoyées par retour du courrier, l'éditeur estime alors qu'elles sont satisfaisantes et conviennent à la publication.

Modalités de paiements
Commission de l'agence:
15% de commission est payé à l'agence reconnue sur l'espace, la couleur, les marges perdues et la position. Aucune commission n'est payée sur les frais imputables à l'ébarbu-

re, l'impression des encarts; de même que sur les frais d'insertion et les annonces classées.
Date d'escompte:
selon les indications de la facture. Toutes les factures sont payables au bureau de l'éditeur, en fonds canadiens ou en fonds étrangers au taux du change en vigueur.
Termes: net à 30 jours.

Divers
Tarifs réajustés et escomptes:
les annonceurs obtiendront des tarifs réajustés si, au cours des 12 mois suivant la date de la première insertion, ils n'utilisent pas tout l'espace sur lequel a été fondé le barème de facturation. Les annonceurs auront droit à des escomptes si, au cours des douze mois suivant la date de la première insertion, ils utilisent l'espace additionnel voulu pour se mériter un tarif plus bas. L'éditeur se réserve le droit d'annuler toute commande de publicité, à moins que la première insertion soit publiée dans les deux mois qui suivent la date de la commande de publicité.
Le principe de l'annonce complémentaire n'est pas accrédité.
Les tarifs dégressifs sont fondés sur l'espace de publicité total utilisé sur une période de 12 mois suivant la première insertion, et non pas seulement sur la fréquence.
Clause de protection de l'éditeur touchant la publication des annonces:
l'annonceur et l'agence de publicité sont responsables de tout le contenu (y compris le texte, la représentation et les illustrations) des annonces publiées dans la revue Canadian Doctor. À ce titre, ils assument l'entière responsabilité de toute réclamation déposée contre l'éditeur à cet effet, et ils s'engagent à dédommager l'éditeur pour toute réclamation formulée contre lui par toute personne à la suite de la publication d'une quelconque annonce. L'éditeur se réserve le droit de refuser toute annonce laquelle, selon lui, n'est pas conforme aux normes de la publication.
Les tarifs de publicité peuvent faire l'objet de changements sur avis et prendre effet pour tous les annonceurs avec le numéro spécifié et les numéros subséquents.
Les annonceurs à contrat, au moment de l'entrée en vigueur d'une augmentation de tarifs, bénéficieront des avantages contractuels pour les deux numéros suivant le numéro, avec lequel l'augmentation prenait effet.
Les contrats reçus, entre la date de l'annonce ou de publication des nouveaux changements et la date d'entrée en vigueur, seront sujets aux nouveaux tarifs à compter de la date d'entrée en vigueur. Les commandes de publicité pourront être annulées ou modifiées au moment de l'entrée en vigueur des changements de tarifs, sans subir de réajustements de tarifs, dans la mesure où les conditions du contrat sont alors dûment acheminées.
L'éditeur n'est lié par aucune condition, imprimée ou autrement, apparaissant sur les contrats ou sur les feuillets d'instructions, lorsque celle-ci entre en conflit avec les clauses de cette carte tarif. L'éditeur ne reconnaît, en aucun cas, les ententes verbales.
L'éditeur ne sera pas responsable de la reproduction des annonces couleur, à moins que des épreuves couleur lui soient fournies selon les indications pertinentes. Les frais de production des photographies, graphisme, gravures, etc, seront facturés à l'annonceur. Les frais de douane et la taxe de vente sur les encarts importés seront facturés à l'annonceur.
L'éditeur aura droit au paiement de l'annonce selon les présentes clauses, une fois qu'il aura complété l'impression des annonces et qu'il aura pris les dispositions utiles et raisonnables pour assurer la distribution de la publication.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en septembre 1980
34 050

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
71%

3510

LE COURRIER MÉDICAL

AMM

IDENTIFICATION
Bimensuel édité en français par Maclean-Hunter Ltée
625, Président Kennedy, 3e étage
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141, poste 208
Format: tabloïd
Coût du numéro
Canada: 3$
États-Unis et Royaume-Uni: 4$
Ailleurs: 5$
Coût de l'abonnement
Canada: 25$/an
États-Unis et Royaume-Uni: 40$/an
Ailleurs: 45$/an

Personnel de direction
Éditeur: Robert Henry

3520

L'INFIRMIÈRE CANADIENNE

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel (11 numéros/an) établi en 1959, publié la 1re semaine de chaque mois
Édité en français par L'Association des Infirmières et Infirmiers du Canada
50, the Driveway
Ottawa (Ontario)
K2P 1E2
Téléphone: (613) 237-2133
Format: revue
Coût du numéro: 2$
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an; 22$/2 ans
À l'étranger: 15$/an; 22$/2 ans

Personnel de direction
Directrice générale: Ginette Rodger
Directrice des services administratifs: Beryl Darling
Édition anglaise: The Canadian Nurse

INFORMATION
Moment de tombée
6 semaines avant la date de parution

Personnel
Rédactrice en chef: Claire Bigué
Adjointes:
Gertrude Pelletier-Lapointe
Agathe Legault

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean Séguin et Associés Inc.
601, Côte Vertu
Saint-Laurent
H4L 1X8
Téléphone: (514) 748-6561

Personnel
Responsable de la publicité: Gerry Kavanaugh

Tarifs publicitaires
Carte No 23 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	1 fois C	1 fois F*	6 fois C	6 fois F
	$	$	$	$
1 page	1 405	490	1 335	460
2/3 page	1 070	375	1 020	350
îlot	985	345	935	330
1/2 page	885	310	835	290
1/3 page	615	215	585	205
1/4 page	535	180	510	175
1/6 page	450	160	430	150
1/9 page	365	130	350	120

* Combiné (français et anglais)
Français

Unité	11 fois C	11 fois F	22 fois C	22 fois F
	$	$	$	$
1 page	1 265	440	1 195	420
2/3 page	965	330	–	–
îlot	885	305	–	–
1/2 page	800	275	–	–
1/3 page	560	195	–	–
1/4 page	480	165	–	–
1/6 page	400	145	–	–
1/9 page	330	120	–	–

* Combiné (français et anglais)
Français

Annonce couleur
Couleurs standard rouge, bleu, jaune, vert et orange

Couleur	C	F
	$	$
Standard	305	120
Appareillage de couleurs	450	170
4 couleurs standard	710	305

Qualité de la couleur non garantie, sujette aux limites imposées par l'approvisionnement de papier et le temps d'imprimerie.

Catégories particulières d'annonces
Marge perdue (bleed): 15% du coût de l'espace (le format au cliché d'une page à marge perdue est de 8⅜" de largeur et de 11⅛" de profondeur).
Format ébarbé: 8⅛" x 10⅞".
Insertions: les tarifs, basés sur la dimension et le poids, sont disponibles sur demande. Frais d'encart (feuillet simple) 5$/M net.

Page ou position spécifiées
Couvertures: extérieure dos: 30% en sus du coût de l'espace.
intérieure devant: 20% en sus du coût de l'espace.
intérieure dos: 10% en sus du coût de l'espace.
Autres emplacements spéciaux garantis: 10% en sus du coût de l'espace.

Exigences minimales et maximales

Format	Dimensions maximales
1 page std (7" x 10)"	7⅜" x 10"
2/3 page	4"⅛" x 10"
« îlot » demi-page	4"⅛" x 7¼"
1/2 page horizontale	7⅜" x 4⅞"
1/2 page verticale	3⅝" x 10"
1/3 page encadrée	4¾" x 4⅞"
1/3 page verticale	2¼" x 10"
1/4 page encadrée	3½" x 4⅞"
1/4 page verticale	1"⅛" x 10"
1/6 page	2¼" x 4⅞"
1/9 page	2¼" x 3¼"

Réservations et heures de tombée
Date limite: le 20 du mois. Six semaines avant la date de parution. Date limite de deux semaines plus tôt, si les services de typographie ou de traduction sont requis.

Précisions typographiques
Largeur d'une colonne: 2¼ po – 3 colonnes par page.
1 13/16 po – 4 colonnes par page.
Page à marge perdue, format ébarbé: 8⅛ x 10⅞
Imprimé en offset et assemblage à cheval – négatifs préférés, positifs acceptés.
Un supplément devra être payé pour toute modification apportée au matériel fourni et n'étant pas conforme à nos dispositions.

Modalités de paiements
Commissions aux agences: 15% plus
2% d'escompte au comptant sur le montant net, si le paiement est fait le 15 du mois suivant.

Divers
L'éditeur se réserve le droit d'approuver tout texte publicitaire. Les annonceurs et les agences de publicité assument la responsabilité du contenu des annonces imprimées (y compris le texte, la représentation et l'illustration) et de toutes réclamations qui pourraient être faites contre l'éditeur.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en septembre 1980
Édition française: 43 096
Édition anglaise au Québec: 6 380

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
4,3%

3530

JOURNAL DENTAIRE DU QUÉBEC

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1963, publié la 3e semaine du mois
Édité en français et anglais par l'Ordre des Dentistes du Québec
601, Côte Vertu
Ville Saint-Laurent
H4L 1X8
Téléphone: (514) 748-6561
Format: revue
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Président: Jean-Guy Landry

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 du mois

Personnel
Rédacteur en chef: Marcel Hébert

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean Séguin et Associés
601, Côte Vertu
Ville Saint-Laurent
H4L 1X8
Téléphone: (514) 748-6561

Personnel
Publicité: Jean Malboeuf

Tarifs publicitaires
Carte No 9 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	$
1 page	300
2/3 page	285
1/2 page (îlot)	255
1/2 page	225
1/3 page	205
1/4 page	185
1/8 page (cartes) prof. seulement	140

Escompte ou prix réduit

Unité	5 fois	10 fois
	$	$
1 page	285	275
2/3 page	275	265
1/2 page (îlot)	245	235
1/2 page	215	205
1/3 page	195	185
1/4 page	175	165
1/8 page (cartes) prof. seulement	130	120

Annonce couleur
Rouge, bleu, vert, jaune,
CAAAA-AAAAA: 185$ par couleur en sus du tarif d'une annonce courante
4 couleurs: 450$ en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts: ajouter 25% au prix régulier
Tranché à vif (bleed): ajouter 15% au prix régulier (espace et couleur)

Page ou position spécifiées
25% en sus du tarif d'une annonce courante
Première couverture: non disponible
Couverture (incluant 4 couleurs)

Couverture	1 fois	5 fois	10 fois
	$	$	$
Intérieure	360	345	325
Extérieure	900	880	850

Réservations et heures de tombée
Le 20 de chaque mois précédant la livraison

Précisions typographiques
Nombre de colonnes: 2 ou 3 par page
Largeur de la colonne: 2¼" ou 3⅜"
Largeur de la colonne: 9½

Unité	Largeur		Hauteur
1 page	7	x	9½
Page taillée	8½	x	11
Tranché à vif	8½	x	11
Dimensions des encarts			
Non taillés	8¾	x	11½
Taillés	8½	x	11

3540

LE MÉDECIN DU QUÉBEC

CCAB/AMM/CCPP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1965, publié le 5 du mois
Édité en français par le Éditions le Caducée Inc.
1440, Sainte-Catherine ouest, bureau 1100
Montréal
H3G 1R8
Téléphone: (514) 878-1911
Format: revue
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 35$/an

Personnel de direction
Éditeur: Georges Boileau
Administrateur: Gilles Bauset

INFORMATION
Moment de tombée
2 mois avant la date de parution

Personnel
Rédacteur en chef: Georges Boileau

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Gilles Bauset

Tarifs publicitaires
Carte No 16 en vigueur le 1er juin 1980

Annonce courante

Unité	1 fois	12 fois	24 fois	48 fois
	$	$	$	$
1 page	660	605	530	470
2/3 page	605	530	495	450
1/2 page (îlot)	530	495	430	390
1/2 page	430	390	330	295
1/3 page	350	330	320	285
1/4 page	325	255	255	230
1/6 page	250	200	200	180

Annonce couleur
Standard rouge, bleu, vert, jaune, orange.
CAAA-AAAA la page ou fraction de page: extra 150$
Couleur spéciale: extra 170$
4 couleurs « process »: extra 550$
Encre métallique, prix sur demande

Catégories particulières d'annonces
Encarts fournis
1 page, verso à la disposition de l'éditeur: extra 50%
2 pages dos à dos, 4 pages, 8 pages, tarif régulier, plus 100$ pour frais d'encartage.
Poids maximum tel que déterminé par le Club de publicité pharmaceutique de Montréal. Encart imprimé sur grain vertical.
Dimension: 8⅜" x 11¼"
Expédier à: Le Médecin du Québec, Imprimerie Coopérative Harpell, 1 Pacifique, Sainte-Anne-le-Bellevue, Québec, H9X 1B0, a/s M Maurice Desmarchais.

Page ou position spécifiées
Position réservée: non annulable
Page face à l'éditorial: extra 50%
Autre position: extra 25%
Double isolé: extra 25%
Couvertures:
Contrat de 12 annonces, non annulable
1re couverture: non disponible
2e couverture: 1 000$
3e couverture: 865$
4e couverture: 1 125$

Réservations et heures de tombée
Un mois avant la date de parution.

Précisions typographiques
Imprimé offset, à la feuille
Reliure collée
Nombre de colonnes par page: 2 ou 3
Largeur de la colonne: 2⅛" ou 3⅜"
Page imprimée: largeur 7" hauteur 10"
Page taillée: largeur 8⅛" hauteur 10⅞"
Tranché à vif et encart: largeur 8⅜" hauteur 11¼"
1/2 page isolée: largeur 4½" hauteur 6¾"
1/4 page: largeur 3⅜" hauteur 4¾"
1/6 page: largeur 2¼" hauteur 4¾"
Fournir 1 jeu de films positifs pour chaque annonce avec émulsion à l'endos;
Le film pour chaque couleur doit parvenir dans une même pièce avec 4 marques de registre centrées sur les coins extérieurs, pour chaque couleur. La couleur de chaque film doit être indiquée sur chacun.
Les clichés ou des épreuves de reproduction propres sont acceptés; par contre, le coût de conversion au film positif sera chargé à l'annonceur au prix coûtant. Dans ce cas, allouer 2 semaines de plus que la date de fermeture normale.
Pour les annonces noir et blanc, 2 épreuves complètes sont requises; pour les annonces en 2 ou 4 couleurs, 2 épreuves progressives et 2 épreuves complètes sont requises.
Noir et blanc et 2 couleurs, trame 120; procédé 4 couleurs, trame 133 pour le jaune, trame 120 pour le rouge, le noir et le bleu.
Les épreuves pour annonce en 2 couleurs sont acceptées même si le registre est imparfait. Il est recommandé de tirer les épreuves progressives en se servant des encres « Interchemical » jaune 2-T-30259, rouge 4-T-30260, bleu 5-T-30261 et noir 8-T-29769 à l'équivalent des standards de couleurs GATF. Se servir du papier « offset coated », base 60 lbs.
Rotation des couleurs: procédé 4 couleurs, jaune, rouge, noir et bleu; annonce en 2 couleurs, la 2e couleur doit être reproduite la première.
L'éditeur a adopté les mesures métriques depuis le 1er janvier 1980. Nouvelle mesure pour la page taillée: 8⅛" x 10⅞" (206mm x 276mm).

Modalités de paiements
Aux agences reconnues, commission de 15%.
Escompte de 2% du net – 10 jours.
L'agence de publicité et l'annonceur sont conjointement et solidairement responsable du paiement des factures.

Divers
Tout avis d'annulation doit parvenir au bureau de la publication, dix jours avant la date de fermeture.
Toutes les copies d'annonce, de même que les contrats, sont sujets à l'approbation des éditeurs.
Les éditeurs ne se tiennent responsables des erreurs que jusqu'à concurrence du coût de l'espace de l'annonce où l'erreur s'est glissée.
Sujet à changement.

3550

LE PHARMACIEN

CCAB/CBP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1927
Édité en français par Maclean Hunter
625, Président Kennedy
Montréal
H3A 1K5
Téléphone: (514) 845-5141
Format: revue
Coût de l'abonnement
Canada: 13$/an; 19$/2 ans; 24$/3 ans
États-Unis et Royaume-Uni: 17$/an
Autres pays: 32$/an

Personnel de direction
Directeur de la publication: John Muha

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Xavier de Lusigny
Rédacteur adjoint: Jean-Guy Trinque

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: John Muha
Représentante des ventes à Montréal: Beverley Taran

Tarifs publicitaires
Carte No 32 en vigueur le 1er novembre 1979

Annonce courante

Unité	Insertions 1-5	6-11	12-17	18-23	24 et plus
	$	$	$	$	$
1 page	715	680	645	630	615
2/3 page	608	578	548	–	–
1/2 page isolée	536	510	484	–	–
1/2 page	429	408	387	–	–
1/3 page	336	320	303	–	–
1/4 page	250	238	226	–	–

Drug Merchandising	Insertions 1 à 5	6 à 11	12 à 17
	$	$	$
1 page	995	945	895
2/3 page	845	803	760
1/2 page isolée	746	709	671
1/2 page	597	567	537
1/3 page	468	444	420
1/4 page	348	330	313

Drug Merchandising	Insertions 18 à 23	24 et plus
1 page	872	850
2/3 page	–	–
1/2 page isolée	–	–
1/2 page	–	–
1/3 page	–	–
1/4 page	–	–

Publicité combinée: quand la publicité est faite à la fois dans Le Pharmacien et dans Drug Merchandising pour un total de plus de six pages, un nouveau tarif combiné sera en vigueur.
Total combiné
6 à 11 pages: tarif pour 6 parutions dans chaque publication.
12 à 23 pages: tarif pour 12 parutions dans chaque publication.
Plus de 24 pages: tarif pour 24 parutions dans chaque publication.

Annonce couleur
ICA(AAAA) rouge, bleu, vert, jaune ou orange standard, supplément par page:
Le Pharmacien: 121$
Drug Merchandising: 138$
Couleurs assorties, supplément par page:
Le Pharmacien: 138$
Drug Merchandising: 160$
Quadrichromie supplément par page:
le Pharmacien: 402$
Drug Merchandising: 479$
Toute page supplémentaire consécutive en quadrichromie dans le même numéro, supplément par page:

le Pharmacien: 330$
Drug Merchandising: 363$

Catégories particulières d'annonces
Fond perdu: (ou format hors-marges)
Supplément par page:
Le Pharmacien: 82$
Drug Merchandising: 130$
Format minimal acceptable: 1/3 page
Petites annonces et annonces rédactionnelles:

Catégorie d'annonces	Français	Anglais
	$	$
Page de 4 col. 9½ ems (numéro de décembre seulement), par pouce/col.	25	35
Page de 3 col. 13 ems, par pouce/colonne.	27	38
Page de 2 col. 20 ems, par pouce/colonne.	37	55
Petites annonces, par pouce/colonne.	20	25

Les annonces rédactionnelles ne sont pas acceptées. Le mot « annonce » sera porté au-dessus de tout texte qui, selon l'avis de l'éditeur, présentera un caractère rédactionnel.
Encarts: le pharmacien et Drug Merchandising
Poids maximal du papier: 80 lbs. (25 x 38 – 160m).
Quantité requise: demander à la fabrication publicitaire.
Format: les encarts d'une seule page seront fournis rognés à 8¼" x 11¼" (210mm x 286mm). Faire parvenir les encarts à (nom de la publication), aux soins de Maclean-Hunter Limited, 4601 Yonge St., Willowdale, Ontario.
Tarifs: encarts normaux fournis – chaque page imprimée et fournie par l'annonceur sera facturée au tarif mérité d'une page en noir et blanc. Verso non réservé – frais supplémentaires.
Le Pharmacien: 143$
Drug Merchandising: 215$
Total (anglais et français): 358$
On devra utiliser un papier couché convenant à l'impression de similigravures de trame 120.
Verso réservé: tarif de l'espace mérité plus 50%, à l'exception des encarts régionaux (sans frais). Encarts imprimés par l'éditeur – prix sur demande.
Cartes-réponses (et encarts de moins d'une page entière à relier): fournir les impératifs d'avance afin d'en déterminer les frais. Quantité requise: communiquer avec l'éditeur. Toutes insertions exigent 1/4 pouce à rogner en haut ou en bas selon la reliure.
Cartes-réponses à relier: 30$ par M en plus des frais d'espace, pour les cartes de dimensions inférieures à 4" x 6" (152mm x 102mm); 25$ par M ou moins pour les cartes de 4" x 6", selon la possibilité de les relier à la machine.

Page ou position spécifiées
Couvertures (non annulables)

Couverture	Insertions 1 à 5	6 à 11	12 à 17
	$	$	$
Le Pharmacien intérieures AV ou AR	930	884	839
Arrière	1 073	1 020	967
Drug Merchandising intérieures AV ou AR	1 295	1 230	1 165
Arrière	1 495	1 420	1 345

Couverture	Insertions 18 à 23	24 et plus
	$	$
Le Pharmacien intérieures AV ou AR	818	797
Arrière	942	919
Drug Merchandising intérieures AV ou AR	1 135	1 106
Arrière	1 310	1 277

Emplacements spéciaux: non annulables
Toute position préférentielle acceptée par l'éditeur, à l'exception des couvertures: frais supplémentaires de 25%, excluant les frais de la couleur et du fond perdu.

Réservations et heures de tombée
Le Pharmacien – le 20 du mois précédent. Accorder cinq jours supplémentaires pour la traduction, s'il y a lieu, Drug Merchandising – le 10 du mois précédent.

Précisions typographiques
Impression à l'offset. Matériel requis: film négatif, enduit à l'endos, se lisant à l'endroit. Pour les annonces-couleur, fournir un film à couleur corrigée. Les autres types de matériel sont acceptables, mais les frais de transformation, s'il y a lieu, seront facturés selon les tarifs normaux des fabricants de films, sur une facture séparée de celle des frais d'espace. Les films de quadrichromie porteront une trame 120 (rouge, bleu et noir) et 133 (jaune). Les épreuves à report doivent accompagner les films couleur; sinon l'éditeur n'assumera pas la responsabilité de la reproduction.
Format de la page rognée: le Pharmacien et Drug Merchandising 8⅛" (larg.) x 10⅞" (haut) (206mm x 276mm).
Dimensions normales: Le Pharmacien et Drug Merchandising

Format	Largeur	Hauteur
2/3 page	4⅝"	10"
1/2 page	4⅝"	7½"
1/2 page	7"	4⅞"
1/2 page	3⅜"	10"
1/3 page	2¼"	10"
1/3 page	4⅝"	4⅝"
1/4 page	7"	2⅜"
1/4 page	3⅜"	4⅞"

Format	Largeur	Hauteur
2/3 page	117mm	254mm
1/2 page	117mm	191mm
1/2 page	178mm	124mm
1/2 page	86mm	254mm
1/3 page	57mm	254mm
1/3 page	117mm	117mm
1/4 page	178mm	60mm
1/4 page	86mm	124mm

Cliché simple page à fond perdu: 8¼" (larg.) x 11¼" (haut) (210mm x 286mm).
Cliché double page à fond perdu: 16½" (larg.) x 11¼" (haut) (420mm x 286mm).
Largeur de la colonne: 2¼" ou 3⅜" (57mm x 86mm). No de colonnes: 2 ou 3
Brochage à plat.
Tout matériel de publicité pourra être détruit, s'il n'est pas réclamé un an après la dernière insertion.

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues seulement sur le coût brut (espace, couleurs, fond perdu, emplacement et supports spéciaux des encarts). Aucune commission ne sera accordée sur les autres frais: modifications techniques, tirés à part, etc.
Escompte de caisse: 2% du montant net.
Délai d'escompte: le 10 du mois suivant la réception de la facture.
Comptes payables au bureau de l'éditeur en monnaie canadienne ou autre, d'un montant équivalent au cours du change en vigueur, au moment du paiement.

Divers
Si la première insertion du contrat n'est pas publiée dans les deux mois suivant la date du contrat, tout nouveau tarif entré en vigueur au cours de cette période s'appliquera. Les tarifs spéciaux ne sont pas reconnus. Le tarif est basé sur l'espace total utilisé, durant les douze mois suivant la date de la première insertion.
Le tarif des annonces de formats variés est calculé selon l'espace total et selon le format de chaque annonce.
Exemple: 3 pages entières et 6 demi-pages équivalent à 6 pages ou 12 demi-pages. Ainsi, les pages entières sont calculées selon le tarif de 6 insertions tandis que les demi-pages sont calculées selon le tarif de 12 insertions.
Tout texte publicitaire sera soumis à l'approbation de l'éditeur.
Les annonceurs et agences de publicité assumeront la responsabilité du contenu entier des annonces imprimées (y compris le texte, la présentation et les illustrations), et assumeront aussi la responsabilité de toutes réclamations adressées à l'éditeur à la suite de leur publication.
Le tarif dégressif s'applique exclusivement aux annonces commerciales de l'annonceur: celles qu'il fera insérer, pour le compte d'autres établissements, lui seront facturées, conformément au présent tarif et suivant l'espace utilisé.
L'annonceur et l'agence de publicité ne tiendront les publications aucunement responsables de la non insertion éventuelle de toute annonce, quelle qu'en soit la cause. Les photographies, clichés et autres éléments de fabrication, réalisés pour le compte de l'annonceur, lui seront facturés séparément, en sus des frais de l'espace.
Les accords verbaux ne seront pas reconnus par l'éditeur.
Le présent tarif pourra être modifié sans préavis.
L'éditeur ne sera lié d'aucune façon par toute condition, imprimée ou autre, stipulée dans les contrats ou pièces d'instructions relatives aux textes, lorsqu'elle sera contraire aux conditions du présent tarif.
L' éditeur aura droit au paiement indiqué dans le présent document, dès qu'il aura terminé l'impression des annonces et pris les mesures normales pour faire distribuer la publication.
L'éditeur ne sera pas responsable de la reproduction imparfaite de la couleur des annonces, à moins que des épreuves-gammes ne lui soient fournies.
Tout matériel de fabrication, non réclamé un an après sa dernière utilisation, sera détruit par l'éditeur.

3560

PRÉVENTION

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1961, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par L'Association de prévention des accidents industriels
50, place Crémazie, bureau 812
Montréal
H2P 2T5
Téléphone: (514) 389-8295
Format: revue
Coût du numéro: gratuit à 95%
0,50$ pour les numéros vendus
Coût de l'abonnement
Canada: 12$/an
À l'étranger: 18$/an

Personnel de direction
Président et directeur général: Pierre Cloutier
Directeur général adjoint: Robert Bernard

INFORMATION
Moment de tombée
2 mois avant la parution

Personnel
Responsable de la rédaction: Jean I. Sabanes

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Luc Sauvé

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	Insertion 1 à 5	6 à 11	12
	$	$	$
1 page	1 100	1 045	990
2 demi-pages	935	890	840
1/2 page îlot	800	758	715
1/2 page	638	605	575
1/3 page	527	500	475
1/4 page	385	365	345
1/6 page	256	240	228
1/8 page	200	188	178

Annonce couleur
Plein papier: 125$ (1/4 page minimum)
Couverture 4 couleurs process: 375$ (par insertion)

Page ou position spécifiées

Unité	Insertion 1 à 5	6 à 11	12
	$	$	$
2e ou 3e couverture	1 375	1 305	1 235
4e couverture	1 665	1 565	1 485

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 7 mois se terminant le 31 janvier 1980
22 958

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
1,7%

3570

QUÉBEC PHARMACIE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1953, publié le 25 du mois
Édité en français par L'Association québécois des Pharmaciens-Propriétaires
5115, Saint-Denis
Montréal
H2J 2M1
Téléphone: (514) 273-1721
Format: revue
Coût du numéro: 0,50$
Coût de l'abonnement
Canada: 7$/an; 12$/2 ans
États-Unis et Royaume-Uni: 8$/an

Personnel de direction
Directeur: Paul-Émile Payette

INFORMATION
Moment de tombée
Le 20 du mois précédent

Personnel
Rédacteur en chef: Claude Vezeau

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publication: Paul-Émile Payette

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur en 1981

Annonce courante

Unité	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
1 page	250	225	200
2/3 page îlot	300	275	250
2/3 page	190	180	170
1/2 page	150	135	125
1/3 page	95	85	80
1/4 page	80	75	65

Annonce couleur
Couleur par page: 110$ en sus
Procédé de couleurs: 300$ en sus

Page ou position spécifiées

Couverture	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
couverture 4	375	350	325
couverture 2 ou 3	300	275	250

3580

L'UNION MÉDICALE DU CANADA

CCAB/CCPP/AMM

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1872, publié le 15 du mois
Édité en français par L'Association des médecins de langue française au Canada
1440, Sainte-Catherine ouest, bureau 510
Montréal
H3G 2P9
Téléphone: (514) 866-2053
Format: revue
Coût de l'abonnement
Canada: 50$/an
États-Unis: 60$/an
Autres pays: 65$/an

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: André Arsenault
Assistante à la rédaction: Gabrielle Faucher

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Gérard Lapointe

Tarifs publicitaires
Carte No 32 en vigueur le 1er août 1980

Annonce courante

Unité	1 fois	12 fois	24 fois	36 fois	48 fois
	$	$	$	$	$
1 page	670	640	605	570	545
2/3 page	620	590	560	535	505
1/2 page	435	410	390	375	350
1/3 page	370	345	330	315	300
1/4 page	330	315	295	280	270
1/6 page	270	255	240	230	220

Annonce couleur
Standard: 180$
Couleurs spéciales et procédé: 210$
Procédé 4 couleurs: 630$
Tranché à vif, sans frais additionnel

Catégories particulières d'annonces
Encarts (fournis)
Grandeur requise: 8⅛" x 11¼"
Tarif noir et blanc mérité, plus 150$ par unité pour frais d'encartage, pas de frais, si plus de 12 insertions par année, par contrat
Aucun message important ne devrait être imprimé à moins d'un ¼" de la reliure

Page ou position spécifiées
Couvertures (12 fois-non annulable)
2e couverture: 1 050$
3e couverture: 1 050$
4e couverture: 1 200$

Réservations et heures de tombée
Le 1er du mois précédent

Précisions typographiques
Imprimé à l'offset
Négatifs requis - trame 133

Reliure: « perfect binding »
Page imprimée: 6¾" x 9¾"
Format fini: 8⅛" x 10⅞"
Tranché à vif: 8⅜" x 11¼"
Nombre de colonnes par page: 2 ou 3
Largeur de la colonne: 3¼" ou 2⅛"

Unité	Largeur	Hauteur
1 page	6¾"	9¾"
2/3 page v.	4⅜"	9¾"
2/3 page h.	6¾"	5½"
1/2 page v.	3¼"	9¾"
1/2 page h.	6¾"	4⅞"
1/3 page v.	2⅛"	9¾"
1/3 page h.	6¾"	3¼"
1/4 page	3¼"	4⅞"
1/6 page	2⅛"	4⅞"

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
2% d'escompte, si payé dans les 10 jours

Divers
Tout avis d'annulation doit parvenir au bureau de la publication, 10 jours avant la date de fermeture
Toutes les copies d'annonce, de même que les contrats, sont sujets à l'approbation des éditeurs
Les éditeurs ne se tiennent responsables des erreurs que jusqu'à concurrence du coût de l'espace de l'annonce où l'erreur s'est glissée
Expédier les encarts à :
L'Union Médicale du Canada
a/s M. Maurice Desmarchais
Imprimerie Coopérative Harpell
1, rue du Pacifique
Sainte-Anne-de-Bellevue
Québec
H9X 1B0

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 juin 1980
11 193

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)
9,7%

3590

LA VIE MÉDICALE AU CANADA-FRANÇAIS

CCAB/AMM/CCPP

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par
La Vie Médicale Inc.
1010, Sherbrooke ouest, bureau 614
Montréal
H3A 2R7
Téléphone: (514) 281-1015
Format: revue
Coût de l'abonnement
Canada: 30$/an
À l'étranger: 50$/an

Personnel de direction
Éditeur: Everett Coffin

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef: Lorraine Trempe

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Jean McGown et Associés
785, Plymouth, bureau 310
Ville Mont-Royal
H4P 1B3
Téléphone: (514) 735-5191

Personnel
Responsable de la publicité:
David Richardson

Tarifs publicitaires
Carte No 5 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante

Classe[1]	Double	Page 1	2/3	1/2 îlot
	$	$	$	$
A	1 160	610	575	490
B	1 120	590	560	475
C	1 085	570	540	460
D	1 045	550	520	445
E	1 010	530	505	430
F	980	515	490	415

Classe[1]	Page 1/2	1/3	1/4 îlot
	$	$	$
A	390	320	230
B	380	310	220
C	370	300	210
D	360	290	200
E	350	280	190
F	340	270	180

Annonce couleur
1 couleur (par page): 170$
Couleurs spéciales: 200$
Quadrichromie: 500$

Page ou position spécifiées

Classe[1]	Couverture 2 ou 3	4
	$	$
A	1 480	1 770
B	1 435	1 715
C	1 390	1 665
D	1 350	1 615
E	1 310	1 565
F	1 270	1 520

[1]A: 1 à 5 fois ou moins de 6 pages
B: 6 à 11 fois ou 6 à 11 pages
C: 12 fois ou 12 à 23 pages
D: 24 à 36 pages
E: 36 à 48 pages
F: 48 pages et plus

Soins personnels et hygiène

3600

CBC COIFFURE BEAUTÉ CHARME

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1975
Édité en français et anglais
au 2601, Beauséjour
Sainte-Foy
G1W 1M2
Téléphone: (418) 651-3347
Format: revue
Coût de l'abonnement
Canada: 25$/an
États-Unis: 30$/an
Autres pays: sur demande

Personnel de direction
Président-directeur général: Guy Roberge

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Guy Roberge

Tarifs publicitaires
Carte No 3 en vigueur en 1981

Annonce courante
Noir et blanc

Unité	1 fois	6 fois	11 fois
	$	$	$
1 page, 7¼ x 9¾	650	600	570
2/3 page, 4 13/16 x 9¾	500	465	440
1/2 page, 7¼ x 4¾	410	390	375
1/3 page, 2 5/16 x 9¾ ou 7¼ x 3¼	320	305	295
1/6 page, 2 5/16 x 4⅞	165	150	140

1/2 page îlot, 4⅞ x 7¼: supplément de 33%
Impression en renversé: supplément de 15%

Annonce couleur
Couleur standard: 175$
4 couleurs: 475$
Couleur spéciale: 215$
L'éditeur ne sera pas tenu responsable de la reproduction de la publicité en couleurs, à moins que l'annonceur ne fournisse des épreuves à report comme spécification.

Catégories particulières d'annonces
Encarts: fournis par l'annonceur
Page entière, endos disponible à l'éditeur, supplément: 33%
2 pages dos à dos, tarif régulier: Pour l'insérage ou le collage, prix sur demande.
Norme sur le papier employé: papier offset 120M blanc ou couleur.
Expédition: à déterminer avec l'éditeur avant de procéder à l'expédition même.
Les encarts seront expédiés port payé, emballés, non rognés et à plat, si imprimés sur une face, pliés, si les encarts sont de deux pages et imprimés des deux côtés.
Page à marge perdue (bleed):
sur tarif d'espace et charge de couleur, supplément de 20%.

Aucune annonce à marge perdue inférieure à ⅔ de page n'est acceptée pour publication.

Page ou position spécifiées
Tarif régulier, plus 33%.
Cette charge s'applique aussi à la partie fractionnaire d'une page, lorsqu'une page pleine est publiée, accompagnée d'une annonce de moins d'une page.
Pages couvertures: non annulables – couleurs en supplément
1re couverture: une photo coiffure et séparation de couleur fournie par l'annonceur dont le nom est mentionné discrètement.

Couverture	1 fois	6 fois	11 fois
	$	$	$
1re couverture	1 040	970	890
2e et 3e couverture	890	810	750
4e couverture (4 couleurs seulement)	1 040	970	890

Réservations et heures de tombée
Date de tombée: bon d'insertion, 1er du mois qui précède la date de publication.
Matériel d'apprêt: dans la première semaine qui suit la date requise par le bon d'insertion. Une semaine plus à bonne heure, si l'annonce est en 4 couleurs ou que des épreuves sont requises.

Précisions typographiques
Autres détails techniques
Imprimé offset: broché à cheval
Format fini: 8¼" x 10¾"
Grandeur de forme: 7¼" x 9¾"
Grandeur d'encart: 8⅜" x 11"
Format à marge perdue (bleed): 8½" x 11" (avant rognage)
Format à marge perdue de 2 pages: 17" x 11" (avant rognage)
Écran demi-ton (ben-day): 120 et 133 points
Le matériel requis pour reproduction offset d'établit comme suit, par ordre de préférence: films négatifs, films positifs, épreuves à reproduction scotchprint, plaques letterpress. L'éditeur accepte du matériel prêt à photographier. L'éditeur se réserve le droit de charger les frais encourus pour convertir le tout en film approprié à l'offset.
À moins d'instruction contraire, tout matériel publicitaire sera détruit par l'éditeur, un an après la dernière parution. Tout matériel retourné, à la demande de l'annonceur, sera expédié, frais de port payé, aux agences et éditeurs au Canada et aux États-Unis, sauf si on demande d'expédier par avion. Dans ce cas, les dépenses encourues sont à la charge du requérant.

Modalités de paiements
Commission à l'agence: 15%
Escompte de caisse 2% – 10 jours ou net 30 jours de la date de la facture.

Divers
L'éditeur se réserve le droit d'augmenter les taux selon les besoins causés par des facteurs économiques, sur avis de 60 jours, donné par écrit au préalable. Si ce tarif modifié n'est pas acceptable pour l'annonceur, ce dernier peut annuler la balance de son contrat, sans avoir à subir de rajustement pour un nombre moindre de fois.
L'éditeur se réserve le droit de placer le mot « publicité » au haut et au bas de toute annonce.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant le 30 juin 1980
5 442

Organisme de certification de tirage
ABC

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
24%

3610

BONJOUR

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1979, publié le 1er de chaque mois
Édité en français et anglais par Les Éditions Bonjour Cie Ltée
620, Cathcart, bureau 715
Montréal
H3B 1M1
Téléphone: (514) 866-0126
Format: revue
Coût du numéro: gratuit

Personnel de direction
Éditeur et président: C.A. Milne

INFORMATION
Moment de tombée
Un mois avant la parution

Personnel
Rédactrice: Christine Farr

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur des ventes: Gilbert Boisvert

3620

MONTRÉAL CALENDAR MAGAZINE

SDA

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1970, publié le 1er du mois
Édité en anglais par Les Éditions C.U.C (Québec) Ltée
2100, Guy, bureau 405
Montréal
H3H 2M8
Téléphone: (514) 937-9567
Format: revue
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Éditeur: Pierre Gascon

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 du mois précédent

Personnel
Rédacteur en chef: Bee MacGuire

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur des ventes:
Richard Natal
Téléphone: (514) 937-9595
Directeur de la commercialisation:
Michel Leduc

Tarifs publicitaires
Carte No 14 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Tarif noir et blanc

Unité	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	2 350	2 230	2 120	2 015
2/3 page	1 760	1 670	1 590	1 510
1/2 page	1 505	1 430	1 360	1 290
1/3 page	940	895	850	805
1/6 page	565	540	515	490

Annonce couleur

Unité	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
1 page	3 125	2 970	2 820	2 680
2/3 page	2 560	2 430	2 310	2 195
1/2 page	2 060	1 955	1 855	1 760
1/3 page	1 440	1 370	1 300	1 235
1/6 page	970	920	875	830

Divers
Les éditions C.U.C (Québec) Ltée se réservent le droit de modifier les prix à n'importe quelle date et sans préavis.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin 1980
80 273

Organisme de certification de tirage
SDA (Selected distribution Audit, division de CCAB)

3630

MONTRÉAL CE MOIS-CI

SDA

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1971, publié le 1er du mois
Édité en français par Les Éditions C.U.C. (Québec) Ltée
2100, Guy, bureau 405
Montréal
H3H 2M8
Téléphone: (514) 937-9567
Format: revue
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 12$/an

Personnel de direction
Éditeur: Pierre Gascon

INFORMATION
Moment de tombée
Le 10 du mois précédent

Personnel
Rédacteur en chef: André Ducharme

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur des ventes:
Richard Nataf
Téléphone: (514) 937-9595
Directeur de la commercialisation:
Michel Leduc

Tarifs publicitaires
Carte No 14 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante
Noir et blanc

Unité	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
Pleine page	2 140	2 030	1 925	1 825
2/3 page	1 600	1 520	1 445	1 370
1/2 page*	1 320	1 255	1 190	1 130
1/3 page	880	835	795	755
1/6 page	540	510	485	460

* 1/2 page verticale, disponible sur demande spéciale

Annonce couleur
2, 3 ou 4 couleurs*

Unité	1 fois	4 fois	8 fois	12 fois
	$	$	$	$
Pleine page	2 840	2 695	2 560	2 430
2/3 page	2 375	2 250	2 130	2 015
1/2 page	1 980	1 875	1 775	1 680
1/3 page	1 380	1 310	1 240	1 175
1/6 page	885	840	800	760

* Couleurs spéciales: 500$ de plus que le tarif 4 couleurs

Page ou position spécifiées
20% de surplus

Réservations et heures de tombée
Le matériel doit parvenir 23 jours avant la date de parution.

Toute annulation doit se faire, par écrit, 60 jours avant la date prévue de l'insertion.

Précisions typographiques
Imprimé par procédé « web offset »
Page type: 7 x 10
Format rogné: 8 3/16 x 10⅞
Format à marge perdue: 8 7/16 x 11⅛
Largeur de la colonne:
2¼ (simple)
4⅝ (double)
Hauteur de la colonne: 140 lignes agate
Nombre de colonnes: 2 ou 3

Modalités de paiements
15% de commission aux agences reconnues
2% d'escompte si paiement net en 15 jours
2% d'intérêt par mois pour tout compte en souffrance 30 jours après l'émission de la facture.

Divers
Les éditions C.U.C. (Québec) Ltée se réservent le droit de modifier les prix, à n'importe quelle date et sans préavis

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en juin 1980
102 285

Organisme de certification de tirage
S.D.A. (Selected Distribution Audit, division de CCAB)

3640

MONTRÉAL SCOP

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1976, publié le dernier mercredi du mois
Édité en français et anglais par
Plaza Métro (1975) Ltée
1253, McGill College, bureau 232
Montréal
H3B 2Y5
Téléphone: (514) 933-3333
Petit format
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 9$/an; 15$/2 ans

Personnel de direction
Éditeur: Nicolas Evreinow

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la promotion:
Patrice Dauzet

3650

LE TEMPLE

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1979, publié le 15 de chaque mois
Édité en français par Le Temple Inc.
C.P. 188, Succursale Outremont
Montréal
H2V 4M8
Téléphone: (514) 849-7892
Format: revue
Coût du numéro: gratuit
Coût de l'abonnement: 10$/an

Personnel de direction
Éditeur et directeur: Jean-Claude Paquin

INFORMATION
Moment de tombée
Le 15 de chaque mois

Personnel
Responsable de la rédaction:
Jean-Claude Paquin

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Jean-Claude Paquin

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur en 1980

Annonce courante
Noir et blanc

Unité	1 insertion
	$
2 pages	1 400
1 page	800
3/4 page	650
1/2 page	475
1/3 page	350
1/4 page	250
1/8 page	150
1/16 page	90

Escompte ou prix réduit
Noir et blanc

Unité	6 insertions en 12 mois	12 mois
	$	$
2 pages	1 330	1 260
1 page	760	720
3/4 page	618	585
1/2 page	451	428
1/3 page	333	315
1/4 page	238	225
1/8 page	142	135
1/16 page	85	81

Catégories particulières d'annonces

	1 insertion	6 en 12 mois	12 mois
	$	$	$
Calendrier	1 000	950	900

Page ou position spécifiées

Couverture	1	6 insertions en 12 mois	12 mois
	$	$	$
couverture 2	1 980	1 881	1 782
couverture 3	1 860	1 767	1 674
couverture 4	2 100	1 995	1 890

3660

VIRUS MONTRÉAL

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1978, publié la dernière semaine du mois
Édité en français par Communications Virus Inc.
C.P. 187, succ. « E
Montréal
H2T 3A7
Téléphone: (514) 842-9749
Format: grande revue
Coût du numéro: 1.50$
Coût de l'abonnement
Au Canada: 15$/an
À l'étranger: 20$/an

Personnel de direction
Directeur: Ultra Virus

INFORMATION
Moment de tombée
Le 12 du mois précédent

Personnel
Responsable de la rédaction: Ultra Virus

PUBLICITÉ
Personnel
Publicitaires:
Jean-Guy Renaud
Stéphane Mayrand

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Annonce courante
Tarif noir et blanc

Unité	1	Parution 3	6	12
	$	$	$	$
1/4 page	275	261.25	247.50	270
3/8 page	400	380	360	320
1/2 page	525	498.75	472.50	420
3/4 page	750	712.50	675	600
Pleine page	975	926.25	877.50	780
Double spread	1 600	1 520	1 440	1 280

Annonce couleur
100$ par couleur, en sus du tarif d'une annonce courante

Catégories particulières d'annonces
Encarts fournis par l'annonceur: tarif sur demande
Marge perdue: 10% de surplus

Page ou position spécifiées

Couverture	1	Parution 3	6	12
	$	$	$	$
Couverture intérieure 4 couleurs	1 525	1 448.75	1 372.50	1 220
Couverture extérieure arrière 4 couleurs	1 625	1 543.75	1 462.50	1 300

Position garantie: 25% de surplus

Réservations et heures de tombée
Possibilités limitées pour réservations tardives. 5 jours avant parution: 10% extra

Transport

3670

L'AUTOMOBILE

CCAB/PPE

IDENTIFICATION
Mensuel publié le 12 du mois
Édité en français par les Publications Commerciales Françaises Ltée
5020, de Salaberry, bureau 3
Montréal
H4J 1H9
Téléphone: (514) 331-9764
Format: revue
Coût du numéro: 1.50$
Coût de l'abonnement
Canada: 8$/an; 14$/2 ans
À l'étranger: 10$/an

Personnel de direction
Éditeur: Herschel Fenik
Président-directeur général: A.E. Wadham
Directeur: Jean-Marie Germain

INFORMATION
Moment de tombée
Le 4 du mois

Personnel
Rédacteur: Jean-Marie Germain

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Paul Wilson
Publicitaire: Ludovic Dionne

Tarifs publicitaires
Carte No 80-1 en vigueur le 1er octobre 1980

Annonce courante

Unité	1 fois	6 fois	12 fois	18 fois	24 fois
	$	$	$	$	$
1 page	1 089	1 035	991	947	926
2/3 page	926	880	843	806	787
1/2 page (îlot)	817	776	743	711	694
1/2 page	708	672	644	616	602
1/3 page	490	466	446	426	417
1/4 page	381	362	347	331	324

Pages à marge perdue: aucun supplément

Annonce couleur
Rouge, bleu, jaune, vert ou orange standard: 185$
(ICA-AAAA)
Couleurs spéciales: 205$
Encres métalliques: 230$
Quadrichromie: 500$

Page ou position spécifiées
15% de surplus sur l'espace et la couleur
2e ou 3e page couverture: 20% en surplus
4e page couverture: 40% en surplus

Réservations et heures de tombée
Le 12 de chaque mois. Ajouter 5 jours, si une traduction est requise.

Précisions typographiques
Imprimé par procédé offset
Brochage: piqûre à cheval
Format soigné: 8⅛ x 10⅞
Type de page: 7 x 10
Page à marge perdue: 8⅜ x 11⅛
Page double: 15¼ x 10
Page double à marge perdue: 16½ x 11⅛
Largeur de la colonne: 2⅛ (13 picas)
Colonne double: 4⅝ (28 picas)
Hauteur de la colonne: 140 lignes agate
Nombre de colonnes: 3
Dimension des annonces
1 page: 7 x 10 — 1/3 page: 2¼ x 10
2/3 page: 4½ x 10 — 1/3 page: 4½ x 4 3/16
1/2 page: 7 x 5 — 1/3 page: 7 x 3 5/16
1/2 page îlot: 4½ x 7¼ — 1/4 page: 7 x 2⅛
1/2 page: 3⅜ x 10 — 1/4 page: 3⅜ x 4⅞

Modalités de paiements
15% de commission aux agences seulement. 2% d'escompte, 10 jours après la facturation. Comptes payables, en devises canadiennes. La commission d'agence est donnée en fonction de l'espace, de la couleur et des tarifs de position.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en décembre 1979
12 787

Organisme de certification de tirage
CCAB

3680

AVIATION QUÉBEC

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel (10 numéros/an) établi en 1977
Édité en français par Les Publications Plein-Air Inc.
5786, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 2G1
Téléphone: (514) 270-9241
Format: revue
Coût du numéro: 3$
Coût de l'abonnement
Canada: 18$/an; 30$/2 ans
États-Unis: 24$
Outre-Mer: 26$

Personnel de direction
Président: Pierre Bessette
Directeur général: André-Y. Croteau
Contrôleur: Marcel Brière

INFORMATION
Moment de tombée
6 semaines avant la date de parution

Personnel
Directeur de la rédaction: Guy Charpentier

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Pierre Bessette
Publicité nationale: Christian Coulon
Publicité régionale: Jacques Dubé

Tarifs publicitaires
Carte No 5 en vigueur depuis janvier 1981

Annonce courante

Unité	1 fois	5 fois	10 fois
	$	$	$
1 page	1 080	1 025	970
2/3 page	815	760	700
1/2 page isolée	685	640	595
1/2 page	575	545	500
1/3 page	475	445	415
1/4 page	350	335	320
1/6 page	275	255	245

Annonce couleur
Couleur offset, rouge, bleu, vert, jaune, orange
1 couleur: 150$
Procédé 4 couleurs: 420$
Pages suivantes en couleurs: 320$

Catégories particulières d'annonces
Encart fourni, 1 page, le verso disponible à l'éditeur: 25% en sus
1 page, verso non disponible: 50% en sus
Les encarts d'une page doivent être livrés 8½ x 11¼ (21,6 x 28,6cm) plus une bordure de 1½ pouce (3,9cm) pour être brochés
Pour brocher les encarts: 10$ le mille
Annonces classées: 0,35$ le mot
Minimum: 20$
Payable à l'avance
Pas de commission aux agences
Annonces composées sur 1 colonne, minimum 1" de hauteur:
30$ pour chaque pouce de hauteur
Largeur de colonne: 2⁹⁄₁₆"
Carte de réponse brochée: 10$ le mille

Page ou position spécifiées
Position préférentielle: 25% en sus
Marge perdue « bleed »: 15% en sus
Couvertures (non résiliables)
1re couverture: pas de publicité
2e et 3e couvertures incluant 1 couleur extra: 1 400$/1 fois; 1 300$/5 fois; 1 200$/10 fois
4e couverture incluant 4 couleurs
1 950$/1 fois; 1 850$/5 fois; 1 750$/10 fois
Les tarifs sont basés sur le nombre d'insertions utilisés durant une année, à partir de la date de la 1re insertion

Réservations et heures de tombée
Le 24 du 2e mois précédant le mois de parution.
Si une traduction est exigée ou si l'on désire une épreuve, il faut compter 10 jours additionnels.

Précisions typographiques
Impression lithographique
Page composée: 7 x 10 (17,8 x 25,4cm)
Format fini: 8¼ x 10⅞ (21 x 27,6cm)
À marge perdue: 8½ x 11¼ (21,6 x 28,6cm)
2 pages face à face à marge perdue: 16¾ x 11¼ (42,6 x 28,6cm)

Unité	Largeur po	Largeur cm	Hauteur po	Hauteur cm
1 page	7	17,8	10	25,4
2/3 page	7	17,8	6½	16,5
2/3 page	4⅝	11,8	10	25,4
1/2 page	3⅜	8,6	10	25,4
1/2 page isolée	4⅝	11,8	7	17,8
1/2 page	7	17,8	4⅞	12,4
1/3 page	7	17,8	3¼	8,3
1/3 page	4⅝	11,8	4⅞	12,4
1/3 page	2⁹⁄₁₆	5,9	10	25,4
1/4 page	7	17,8	2⅜	6,0
1/4 page	3⅜	8,6	4⅞	12,4
1/6 page	4⅝	11,8	2⅜	6,0
1/6 page	2⁹⁄₁₆	5,9	4⅞	12,4

Largeur de la colonne: 2⁹⁄₁₆ ou 3⅜ (5,9 ou 8,6cm)
Nombre de colonnes: 2 ou 3
Publication brochée à dos de cheval
Demi-ton tramé 120; noir et 2 couleurs 120; 4 couleurs 120
(rouge, bleu, noir avec jaune 133)

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Escompte de 2% le 10 du mois suivant

Divers
Matériel d'impression pour noir et blanc, 2 et 3 couleurs:
fournir les négatifs et la charte des progressifs de couleurs ainsi qu'une épreuve.
La responsabilité du matériel d'impression confié à l'éditeur se limite à une année, à partir de la date de son utilisation.
Traduction de l'anglais au français: 0,18$ du mot

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus
2 748

Organisme de certification de tirage
CCAB

3690

CANADIAN FORWARDER

IDENTIFICATION
Bimensuel, publié un mercredi sur deux
Édité en anglais au 3440, Trenholme
Montréal
H4B 1X9
Téléphone: (514) 481-5802
Format: revue
Coût de l'abonnement: 10$/an

Personnel de direction
Éditrice: Hazel McLaughlin

INFORMATION
Personnel
Rédactrice en chef: Hazel McLaughlin

3700

L'ÉCHO DU TRANSPORT

IDENTIFICATION
Mensuel (10 numéros/an)
Édité en français par Les Éditions Bomart Ltée
1168, Sainte-Catherine ouest, bureau 207
Montréal
H3B 1K1
Téléphone: (514) 866-6905
Format: tabloïd
Coût de l'abonnement: 15$/an

Personnel de direction
Éditeur: Pierre Gravel

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction: Danielle Pager

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Pierre Gravel

3710

OACI BULLETIN

IDENTIFICATION
Mensuel édité en français par l'Organisation de l'Aviation civile internationale
1000, Sherbrooke ouest, bureau 380
Montréal
H3A 2R2
Téléphone: (514) 285-8222
Format: revue
Coût de l'abonnement:
États-Unis: 15$/an
États-Unis (par avion): 20$/an

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Charles D. Lafond

3720

SEAPORTS AND THE SHIPPING WORLD

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1937
Édité en anglais par Gallery Publications Ltd.
4634, Sainte-Catherine ouest
Montréal
H3Z 2W6
Téléphone: (514) 934-0373
Format: revue
Coût du numéro: 1,25$
Coût de l'abonnement
Canada et États-Unis: 15$/an; 25$/2 ans; 32$/3 ans
Ailleurs: 30$/an

Personnel de direction
Éditeur: Brian O'N. Gallery

INFORMATION
Personnel
Rédacteur en chef: Brian O'N. Gallery

3730

TRAFIC ROUTIER

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1980, publié la 1re semaine du mois
Édité en français par Gesta R.M.F. Inc.
3019, Sherbrooke est, bureau 210-A
Montréal
H1W 1B2
Téléphone: (514) 527-2149
Format: revue
Coût du numéro: 1,95$
Coût de l'abonnement
Canada: 20$/an

Personnel de direction
Président: Robert Forget
Vice-président: Albert Boulet

INFORMATION
Moment de tombée
10 jours ouvrables avant le dernier jour de chaque mois

Personnel
Responsable de la rédaction: Robert Forget

PUBLICITÉ
Personnel
Directrice commerciale: Raymonde Dulude

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur en 1981

Annonce courante

Unité	Insertion 1	3	6	9	12
	$	$	$	$	$
1 page	850	825	790	725	645
2/3 page	645	625	595	550	485
1/2 page	490	480	450	420	375
1/3 page	390	380	365	335	300
1/4 page	300	290	275	240	210
1/6 page	215	210	200	185	165
1/8 page	175	165	155	150	130

Annonce couleur
Standard rouge, bleu, jaune, par couleur: 150$
4 couleurs « process » par page: 400$

Catégories particulières d'annonces
Encart: prix sur demande

Page ou position spécifiées

Couverture	Insertion 1	3
	$	$
2e et 3e couvertures	1 075	1 025
4e couverture	1 275	1 225

	Insertion 6	9	12
	$	$	$
2e et 3e couvertures	975	990	800
4e couverture	1 175	1 075	975

Réservations et heures de tombée
Le 30 du 2e mois précédent

Précisions typographiques
Page totale rognée: 8¼ x 10⅞
Annonce page complète encadrée: 7¼ x 10
Annonce à marge perdue: 8½ x 11⅛
2 pages consécutives à marge perdue: 17 x 11⅛

Modalités de paiements
Net 30 jours

Divers
L'éditeur peut modifier les tarifs du contrat sur préavis de 30 jours.
L'annonceur pourra annuler son contrat, en vertu de cette clause, sans ajustement de tarif. Le nouveau tarif en vigueur sera toujours applicable dans le cas d'une première insertion qui n'aurait pas été effectuée dans les 2 mois suivant la date du contrat.
L'annonceur ne tient pas Gesta R.M.F. Inc. responsable de toute non insertion éventuelle d'une annonce, quelle qu'en soit la cause.
Toute annonce est sujette à l'approbation finale de l'éditeur.
L'éditeur s'engage, sans autre responsabilité, à apporter une correction équivalente à la grandeur d'espace où l'erreur s'est produite.
L'annonceur assume la responsabilité de la publication de son annonce ainsi que la responsabilité de toutes réclamations à l'encontre de l'éditeur dont il pourrait éventuellement faire l'objet.
Publi-reportage: tarif sur demande
L'annonceur pourra récupérer tout son matériel de production publicitaire dans les 6 mois suivant la date d'insertion.

3740

TRANSPORT ROUTIER DU QUÉBEC

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1943, publié le 15 du mois
Édité en français par Transport Routier du Québec Inc
1259, Berri, 4e étage
Montréal
H2L 4C7
Téléphone: (514) 849-1217
Format: revue
Coût de l'abonnement: 20$/an

Personnel
Président: P.E. Larose
Directeur: Jacques Alary

INFORMATION
Moment de tombée
Le 1er du mois précédent

Personnel
Rédacteur en chef: Louis Fahndrich

PUBLICITÉ
Personnel
Directeur de la publicité: Hubert Desautels

Tarifs publicitaires
Carte No 31 en vigueur depuis janvier 1980

Annonce courante

Unité	Insertion 1	3	6	12
	$	$	$	$
1 page	465	445	430	410
2/3 page	360	350	330	315
1/2 page	285	275	265	250
1/3 page	235	225	215	200
1/4 page	165	160	155	145
1/6 page (2¼ x 5)	120	115	110	105
1/8 page	95	90	85	80

Annonce couleur
(ICA) (AAAA) rouge, bleu, jaune, vert ou orange, par page: 120$
Couleurs assorties: supplément 130$
Encres métalliques
Or: 190$
Argent: 175$
Encres fluorescentes: supplément de 200$ sur le prix applicable.
Quadrichromie, supplément par page: 325$
Pages supplémentaires consécutives en quadrichromie typographique ou offset dans le numéro, supplément par page: 275$.

Catégories particulières d'annonces
Encarts normaux fournis. Poids maximal du papier: 80 lb. Chaque page publiée et fournie par l'annonceur sera facturée au prix applicable d'une page en noir et blanc. Retiration ou

impression au dos, prix applicable d'une page noir et blanc.
Simple ou double. Les encarts plus grands que ci-dessous seront facturés sur la même base. Encarts imprimés par l'éditeur: prix sur demande. Les encarts imprimés seront fournis au format de 6" x 9" ou 9" x 12" et expédiés à:
Transport Routier
1259, rue Berri, suite 400,
Montréal (Québec)
H2L 4C7
Quantité requise: 7 000
Pour frais d'insertion: 100$
Annonces rédactionnelles: ces annonces ne seront pas acceptées.
Le mot « annonce » sera porté au-dessus de tout texte qui, selon l'avis de l'éditeur, présentera un caractère rédactionnel.
Cartes postales encartées: facturées au tarif de l'espace utilisé. Des frais de manipulation, de 20$ le M, s'ajouteront pour les cartes.
Fond perdu: 60$ par page ou fraction de page (format minimal accepté: ⅓ de page).

Page ou position spécifiées
Emplacement préférentiel: supplément de 25% sur l'espace facturé.
Couvertures (non annulables)

Couverture	1 fois	6 fois	12 fois
	$	$	$
1re page de couverture	Non vendue		
2e et 3e pages de couverture	635	600	560
4e page de couverture	760	710	675

Réservations et heures de tombée
Si des épreuves doivent être fournies au préalable, les textes et clichés devront parvenir au plus tard le 15 du mois précédant la date de publication. Date limite de réception des films complets: le 15 du mois précédent.

Précisions typographiques
Largeur de la colonne: 2¼ (57mm) ou 3⅜ (86mm)
Hauteur de la colonne: 10 (254mm)
Dimensions de la page rognée: 8⅛ de largeur sur 10⅞ de hauteur
Dimensions normales en pouces.
Trois colonnes de 2¼ (57mm) de largeur ou deux colonnes de 3⅜ (86mm) par page.
Trame: 100
Procédé d'impression: offset

Unité	Largeur	Hauteur
1 page	7	10
2/3 page	4⅝	10
1/2 page (isolée)	4⅝	7½
1/2 page	7	4⅞
1/3 page	2¼	10
1/4 page	7	2⅛
Nominations	2¼	5
Cartes d'affaires	3⅜	2⅛

Film simple à fond perdu de 8⅜ (213mm) x 11½ (290mm) à rogner à 8¼ (120mm) x 11¼ (286mm). Les encarts imprimés d'avance seront fournis à l'éditeur rognés à
6 x 9 ou 9 x 12
Brochage à plat
Les films, réalisés pour le compte de l'annonceur, lui seront facturés aux prix courant des photograveurs.

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15% aux agences reconnues sur la facturation brute de l'espace, des couleurs, du fond perdu, de l'emplacement et des frais spéciaux d'encarts.
Escompte de caisse: 2% du montant net.
Délai d'escompte: le 10 du mois suivant la réception de la facture.
Les comptes seront payables au bureau de l'éditeur, en monnaie canadienne ou autre d'un montant équivalent au cours du change, en vigueur au moment du paiement.

Divers
Si la première insertion du contrat n'est pas publiée dans les deux mois suivant la date du contrat, tout nouveau tarif entré en vigueur au cours de cette période s'appliquera. Il n'existe aucun tarif « préférentiel ». Le tarif est établi d'après l'espace total utilisé; p.ex: 3 pages entières et 6 demi-pages équivalent à 6 pages entières ou à 12 demi-pages. Les pages entières bénéficient alors du tarif de 6 insertions et les demi-pages, du tarif de 12 insertions.
Tout texte publicitaire sera publié sous réserve d'approbation par l'éditeur.
Les annonceurs et agences de publicité assumeront la responsabilité du contenu entier des annonces imprimées (y compris le texte, la présentation et les illustrations) et assument aussi la responsabilité de toute réclamation adressée à l'éditeur, à la suite de leur publication.
Le tarif dégressif s'applique exclusivement aux annonces commerciales de l'annonceur; celles, qu'il fera insérer pour le compte d'autres établissements, lui seront facturées conformément au présent tarif et suivant l'espace utilisé.
L'annonceur et l'agence de publicité ne tiendront Transport Routier aucunement responsable de la non insertion éventuelle de toute annonce, qu'elle qu'en soit la cause.
Les photographies, clichés, typographie et le travail artistique réalisés pour le compte de l'annonceur lui seront facturés.
Les accords verbaux ne seront pas reconnus par l'éditeur.
Le présent tarif pourra être modifié sans préavis.
L'éditeur ne sera lié d'aucune façon par toutes conditions, imprimées ou énoncées autrement, aux contrats ou pièces d'instructions relatives aux textes lorsqu'elles seront contraires à celles du présent tarif.
L'éditeur ne sera pas responsable de la reproduction imparfaite des couleurs des annonces, à moins que des épreuves-gammes ne lui soient fournies.
Les négatifs (photogravures, galvanos, films, etc.), non réclamés un an après leur dernière utilisation, seront détruits par l'éditeur.

3750

LA VOIX DE L'ANCAI

CCAB

IDENTIFICATION
Mensuel établi en 1973, publié le 10 du mois
Édité en français par Publicam Inc.
245, Lindsay
Drummondville
J2C 1P2
Téléphone: (819) 477-6811
Format: revue
Coût de l'abonnement: 18$/an

Personnel de direction
Président: Guy Drouin

INFORMATION
Personnel
Responsable de la rédaction: Rock Desgagné
Responsable de l'information: Ghislain Drouin

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la publicité: Guy Drouin
Publicitaire: Jean-Pierre Lafleur

Tarifs publicitaires
Carte No 9 en vigueur le 1er janvier 1981

Annonce courante

Unité	1 ins.	3 ins.	6 ins.	12 ins.
	$	$	$	$
1 page	810	730	690	655
2/3 page	660	595	560	535
1/2 page	505	460	425	415
1/3 page	395	370	355	340
1/4 page	320	300	280	265
1/6 page	210	200	185	180

Annonce couleur
125$ par couleur additionnelle (rouge, bleu, vert, jaune, orange).
Couleurs spéciales: 160$ par couleur.
400$ – 4 couleurs (quadrichromie), séparation de couleurs en sus.

Catégories particulières d'annonces
Marges perdues, 15% additionnel
Encarts: tarif sur demande.

Page ou position spécifiées
Position garantie: 10% additionnel
Pages centrales: 15% additionnel
Couvertures 2 et 3: 20% additionnel (4 couleurs seulement).
Couverture 4: 40% additionnel (4 couleurs seulement).

Réservations et heures de tombée
Le 15 du mois précédant la parution.

Divers
Les frais pour photos, retouches, dessins, composition et montage sont en sus.
Service de traduction: 0,10$ le mot.

DISTRIBUTION
Nombre d'exemplaires vendus pour les 6 mois se terminant en septembre 1980
7 727

Organisme de certification de tirage
CCAB

Distribution hors-Québec (pourcentage de la distribution totale)*
6%

Partie 2

LES MÉDIAS ÉLECTRONIQUES
LES MÉDIAS ÉLECTRONIQUES
LES MÉDIAS ÉLECTRONIQUES

2 RADIO

2.1 Stations de radio par région

Bas-Saint-Laurent

5000

CBGA-MA

BBM

IDENTIFICATION
CBGA-MA
155, Saint-Sacrement
Matane
G4W 1Y9
Téléphone: (418) 562-0290; Télex: 051-86370
Diffusant en langue française
Fréquence: 1 250Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1972

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2131
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Chef de la station: Jacques Landry

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

Réémetteur

CBSI-MA-7	1 450Khz	Havre-Saint-Pierre
CBSI-MA-14	1 350Khz	Aguanish
CBSI-MA-5	1 450Khz	Natashquan
CBSI-MA-8	1 550Khz	La Romaine
CBGA-MA-10	1 130Khz	Port-Meunier
CBSI-MF	98,1Mhz	Sept-Îles
CBSI-MF-15	100,5Mhz	Harrington Harbour
CBSI-MF-16	103,5Mhz	Tête-à-la-Baleine
CBSI-MF-17	100,1Mhz	La Tabatière
CBSI-MF-18	107,3Mhz	Saint-Augustin (Saguenay)
CBSI-MF-21	107,1Mhz	Blanc-Sablon
CBGA-8-FM	93,5Mhz	Îles-de-la-Madeleine
CBSI-MA-13	740Khz	Mingan
CBSI-MF-19	91,7Mhz	Old-Fort-Bay
CBSI-MF-20	103,1Mhz	Rivière-Saint-Paul
CBSI-MA-1	1 140Khz	Gagnon
CBGA-MA-1	540 Khz	New-Caslisle
CBGA-MA-4	1 450Khz	Causapscal
CBGA-MA-7	1 340Khz	Sainte-Anne-des-Monts
CBGA-MA-2	1 380Khz	Gaspé
CBGA-MA-5	1 420Khz	Grande-Vallée
CBGA-MA-6	1 270Khz	Murdochville
CBGA-MA-3	1 500Khz	Rivière-au-Renard
CBSI-MA-6	710Khz	Fermont
CBSI-MA-9	1 450Khz	Sheldrake
CBSI-MA-10	1 530Khz	Rivière-au-Tonnerre
CBSI-MA-11	1 490Khz	Magpie
CBGA-MA-9	1 380Khz	Rivière-Saint-Jean
CBSI-MA-12	1 550Khz	Longue-Pointe-de-Mingan
CBSI-MA-2		Shefferville

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur des programmes et des sports: Bertrand Émond
Chef des nouvelles: Claude Roy

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	33 400	36 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 729	1 830
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7,1	7,0

Précisions: comprenant CBGA, Matane et CBGA-7, Sainte-Anne-des-Monts

5010

CFLP-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CFLP-MA
875, boul. Saint-Germain ouest
Rimouski
G5L 3T9
Téléphone: (418) 723-2323
C.P. 320
Rimouski
G5L 7C3
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 000Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1978

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la compagnie de Radiodiffusion Rimouski Ltée
875, boul. Saint-Germain ouest
Rimouski
G5L 3T9
Téléphone: (418) 723-2323
C.P. 320
Rimouski
G5L 7C3

Personnel
Président et directeur général: André Lecomte

Réseau
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Denis Braumont
Directeur de l'information: Sandy Burgess

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Directeur commercial: René Michaud

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er juillet 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	Choix de	
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	périodes (AA)	
16h — 19h	A	A	A	A	A	Choix de	
19h — 24h	B	B	B	B	B	périodes (AA)	

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	32	24	24	16
60 secondes	40	29	29	19

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
TAP 30 sec.	24	L à V	20% - AAA -	
60 sec.	29		60% - AA -	
			20% - A -	
30 sec.	17	S et D	7h — 19h	10 et plus
60 sec.	22			

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation. CFLP n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

Tarifs publicitaires locaux

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA
18h — 24h	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	20	18	16
60 secondes	27	25	22

Tarifs d'un programme selon la classe
Émissions en direct: tarifs fournis sur demande
Commandite de nouvelles, météo, sport et insolences, incluant message de 30 secondes ou 60 secondes, plus ouverture: tarifs fournis sur demande.

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
Rotation 30 sec.	16	L à V	20% - AAA -	Minimum de 10
60 sec.	22		60% - AA -	par semaine
			20% - A -	
30 sec.	12.50	S et D	Diffusion	10
	11		en rotation	20
60 sec.	16			10
	14.50			20

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	105 400	68 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	9 014	5 757
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12.0	11.7

5020

CFVD-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CFVD-MA
369, avenue Principale
Dégelis
G0L 1H0
Téléphone: (418) 853-3370
C.P. 1370
Dégelis
G0L 1H0
Diffusant en langue française, de 7h à 24h tous les jours
Fréquence: 1 370Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1978

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Dégelis Inc.
369, avenue Principale
Dégelis
G0L 1H0
Téléphone: (418) 853-3370
C.P. 1370
Dégelis
G0L 1H0

Personnel
Président: Richard Leblond
Gérant: Jean-Marc Belzile

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Gilles Caron
Responsable de l'information et des nouvelles: Céline B. Pelletier

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y7
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Gérant des ventes publicitaires: Jean-Marc Belzile

Tarifs publicitaires nationaux

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 11h	AA	AA	AA	AA	A	A	—
11h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 17h	A	A	A	A	A	A	—
17h — 18h	A	A	A	A	A	—	—

Autres périodes: émissions de CJFP-MA, Rivière-du-Loup

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A
	$	$
30 secondes	12	10
60 secondes	14	12

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	10	L à S	7h — 18h	10/sem.
60 sec.	12			

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er octobre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 11h	A	A	A	A	A	A	—
11h — 13h	A	A	A	A	A	A	B
13h — 16h	B	B	B	B	B	B	B
16h — 18h	B	B	B	B	B	B	—

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe A	B
	$	$
20 secondes	7	6
30 secondes	8	7
60 secondes	12	10

Tarifs d'un programme selon la classe
Message initial, plus 10 secondes d'introduction et de conclusion:
30 secondes: 8$
40 secondes: 10$
60 secondes: 12$

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Spécial	20 sec.	30	1	4 A	5 par jour
	30 sec.	35		1 B	
	60 sec.	50			

Modalités de paiements
2% avant 10 jours
Net 30 jours

Divers
Frais de production: 6$

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	4 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12.6

5030

CFVM-MA

BBM

IDENTIFICATION
CFVM-MA
39, boul. Saint-Benoît
Amqui
G0J 1B0
Téléphone: (418) 629-2025
C.P. 1840
Amqui
G0J 1B0
Diffusant en langue française
Fréquence: 1 220Khz
Puissance: 5 000 watts
En ondes depuis 1980

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Radio de la Matapédia Ltée
39, boul. Saint-Benoît
Amqui
G0J 1B0
Téléphone: (418) 629-2025
C.P. 1840
Amqui
G0J 1B0

Personnel
Président et directeur général: Jean-Hugues Guénette

Réseau
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Responsable de la programmation: Jacques Bolduc
Responsable de l'information et des nouvelles: Gilles Dufour

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio-Est Québec

Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Claude Moison

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio-Est Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	17 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 885
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	15,1

5040

CHGB-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CHGB-AM
706, 4e avenue, bureau 57
La Pocatière
G0R 1Z0
Téléphone: (418) 856-1310
C.P. 550
La Pocatière
G0R 1Z0
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 1 310Khz
Puissance: 10 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio La Pocatière Ltée
706, 4e avenue, bureau 57
La Pocatière
G0R 1Z0
Téléphone: (418) 856-1310
C.P. 550
La Pocatière
G0R 1Z0

Personnel
Président: Luc Simard
Directeur général: Marc Simard
Gérant général: Gilles Gosselin

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Maurice Lévesque
Directeur de l'information: Jacques Dufour

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée.
1010, Sainte-Catherine, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Lise Bois

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 22 en vigueur le 1er mai 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 13h	A	A	A	A	A	A	A
13h — 18h	B	B	B	B	B	B	B
18h — 24h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe A	B	C
	$	$	$
15 secondes	12	11	7
30 secondes	13	12	8
60 secondes	15	14	9

Minimum 3 annonces.
Commercial en direct, 60 secondes: 18$
Commercial sportif, 30 secondes: 13$
Reportage sportif, 45 et 60 secondes: 10$

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe Programme entièrement commercial
	$
5 minutes	25
10 minutes	50
15 minutes	75
30 minutes	150
60 minutes	300

Bulletins de nouvelles ou commandites de programmes

Durée	Spécifications	Prix total
		$
5 minutes ou moins	30 sec. au début — 10 sec. à la fin (à l'année)	8
5 minutes ou moins	60 sec. au début — 10 sec. à la fin (à l'année)	10
15 minutes	60 sec. au début — 1 (30 sec) au milieu 10 sec. à la fin	30
30 minutes	60 sec. au début — 2 (30 sec) au milieu 10 sec. à la fin	75
60 minutes	60 sec. au début — 4 (30 sec) au milieu 10 sec. à la fin	150

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Budget	15 sec.	30	Pour 1 jour	2A et 3B	5
	30 sec.	35			
	60 sec.	45			
Budget	15 sec.	125	Pour 7 jours	10A et 15B	25
	30 sec.	150			
	60 sec.	200			
Budget	15 sec.	400	Pour 1 mois	40A et 60B	100
	30 sec.	500			
	60 sec.	700			
Émis. Baie-St-Paul-La Malbaie	15 sec.	30			5 par semaine
	30 sec.	35			
	60 sec.	45			

Classe/durée	Fréquence 100	200	300	400	500	750	1 000	1 500 et plus
	$	$	$	$	$	$	$	$
Classe A								
15 secondes	6.25	5.75	5.50	5.25	5.00	4.50	4.25	4.00
30 secondes	7.25	6.75	6.50	6.25	6.00	5.50	5.25	5.00
60 secondes	9.25	8.75	8.50	8.25	8.00	7.50	7.25	7.00
Classe B								
15 secondes	5.25	4.75	4.50	4.25	4.00	3.50	3.25	3.00
30 secondes	6.25	5.75	5.50	5.25	5.00	4.50	4.25	4.00
60 secondes	8.25	7.75	7.50	7.25	7.00	6.50	6.25	6.00
Classe C								
15 secondes	4.25	3.75	3.50	3.25	3.00	2.50	2.25	2.00
30 secondes	5.25	4.75	4.50	4.25	4.00	3.50	3.25	3.00
60 secondes	6.25	5.75	5.50	5.25	5.00	4.50	4.25	4.00

Durée	Fréquence 500 et plus
30 secondes	15$ l'unité

Divers
Frais de lignes pour reportage en direct: 10$

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CHAL et CHGB

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	56 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 328
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.3

Précision: incluant CHAL-MA, Saint-Pamphile

5050

CHGB-MF

ACR

IDENTIFICATION
CHGB-MF
706, 4e avenue, bureau 57
La Pocatière
G0R 1Z0
Téléphone: (418) 856-1310
C.P. 550
La Pocatière
G0R 1Z0
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 102,9Mhz
Puissance: 790 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio La Pocatière Ltée
508, 4e avenue
La Pocatière
G0R 1Z0
Téléphone: (418) 856-1310
C.P. 550
La Pocatière
G0R 1Z0

Personnel
Président: Luc Simard
Directeur général: Marc Simard
Gérant général: Gilles Gosselin

Réseau
Radio-Canada (réseau français stéréophonique de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Maurice Lévesque
Directeur de l'information: Jacques Dufour

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Lise Bois

5060

CHRM-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CHRM-MA
800, du Phare ouest
Matane
G4W 1V7
Téléphone: (418) 562-4141
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 290Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1975

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par les Communications de Matane Inc
800, du Phare ouest
Matane
G4W 1V7
Téléphone: (418) 562-4141

Personnel
Président et directeur général: Roger Dion

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: André C. Giroux
Responsable de l'information et des nouvelles: Charles Lepage

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur commercial: André Anderson

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 secondes ou moins	22	19	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	25	22	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec. ou moins	20	L à D	6h — 19h	10 par sem.
60 sec.	23			

Équipements techniques
Équipement moderne et spécialisé, incluant équipements d'émissions en direct.

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%. Aucun escompte au paiement.
Aucune commission sur talent, production ou autres charges.
Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
13h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	A	B
	$	$	$
30 secondes	14	12	10
60 secondes	18	15	13

Tarifs d'un programme selon la classe
Émissions extérieures (remote): 20$ l'intervention, plus talent, production, équipement et « pré-remote »
Le tarif des émissions de 5 minutes ou plus est fourni sur demande.

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan: Nb. d'an. par sem.	Nombre d'annonces requis par le plan: Nb. de sem. diff.
	$				
30 sec.	10	L à D	50% AAA	10	
	9		20% AA	25	
	8		30% A	50	
60 sec.	12			10	
	11			25	
	10			50	

Classe	Durée	Fréquence 130	260	520
		$	$	$
AAA	30 sec.	13	12	11
	60 sec.	16	14	12
AA	30 sec.	11	10	9
	60 sec.	14	13	12
A	30 sec.	9	8	7
	60 sec.	12	11	10

Divers
Frais de production: 8$

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	43 700	40 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 700	2 357
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	11,7	8,1

5070

CJBR-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJBR-MA
273, Saint-Jean-Baptiste ouest
Rimouski
G5L 4J8
Téléphone: (418) 723-2217; Télex: 051-86343
Diffusant en langue française, de 6h à 1h tous les jours
Fréquence: 900Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1977

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Walter Ruest

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Louis Thériault
Directeur de l'information et chef des nouvelles: Roger Tétrault

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	37 200	41 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 985	1 214
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.4	4.1

5080

CJBR-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJBR-MF
273, Saint-Jean-Baptiste ouest
Rimouski
G5L 4J8
Téléphone: (418) 723-2217; Télex: 051-86343
Diffusant en langue française
Fréquence: 101,5Mhz
Puissance: 20 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Walter Ruest

Réseau
Radio-Canada (réseau français stéréophonique de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Louis Thériault
Directeur de l'information: Roger Tétrault

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	6 800	5 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	200	257
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	4.4	7.7

5090

CJFP-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJFP-MA
1, Frontenac
Rivière-du-Loup
G5R 1R7
Téléphone: (418) 862-8241; Télex: 051-3915

Diffusant en langue française
Fréquence: 1 400Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1947

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio CJFP Ltée
1, Frontenac
Rivière-du-Loup
G5R 1R7
Téléphone: (418) 862-8241

Personnel
Président et directeur général: Luc Simard

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

Réémetteur
CHRT-MA: 1 450Khz, Pohénégamook
CJAF-MA: 1 240Khz, Cabano

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Marc Simard
Directeur de l'information: Gilles Gosselin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Vincent Gagnon

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	53 800	70 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	4 643	5 271
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12,0	10,5

Précision: comprenant les 2 réémetteurs

5100

CKLE-MF

BBM/AQRC

IDENTIFICATION
CKLE-MF
167, Saint-Louis
Rimouski
G5L 5R2
Téléphone: (418) 722-6188

Diffusant en langue française
Fréquence: 96,5Mhz
Puissance: 2 500 watts
En ondes depuis 1980

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Communautaire du Bas-Saint-Laurent Inc.
167, Saint-Louis
Rimouski
G5L 5R2
Téléphone: (418) 722-6188

Personnel
Présidente: Claudine Lévesque
Coordonnateur: Bruno Saint-Pierre

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Responsable de la programmation: Bruno Saint-Pierre

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Québec

Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Responsable du service des ventes: Guy Belcourt

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 1 en vigueur le 1er août 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	20	17	12
60 secondes	24	21	15

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	18		50% AAA	10
60 sec.	22		50% AA	10

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h, le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter les retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation.
CKLE-MF n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'AQRC. Aucune commission sur production, à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'AQRC, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis écrit de 2 semaines est exigible.
Toute commande de diffusion qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

Tarifs publicitaires locaux

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA
18h — 21h	A	A	A	A	A
21h — 24h	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	12	11	9	6
60 secondes	18	16	14	8

Les tarifs des reportages publicitaires extérieurs (remote) sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Rotation 1	30 sec.	9		20% AAA	10
	60 sec.	14		60% AA	
				20% A	
Rotation 2	30 sec.	8		40% AAA	
	60 sec.	10		30% A	
				30% B	
Saturation	30 sec.	7			10
	60 sec.	8			
Fin de semaine	30 sec.	6			20
	60 sec.	8			

Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	10 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	471
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.1

Gaspesie

5110

CHNC-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CHNC-MA
C.P. 610
New-Carlisle
G0C 1Z0
Téléphone: (418) 752-2215; Télex: 014-43212
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 610Khz
Puissance, jour: 10 000 watts
nuit: 5 000 watts
En ondes depuis 1933

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Compagnie Gaspésienne de Radiodiffusion
C.P. 610
New-Carlisle
G0C 1Z0
Téléphone: (418) 752-2215

Personnel
Président: Lucien Grenier
Directeur général: Arthur Houde

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Michel Daigle
Directeur de l'information: Luc Plourde

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Arthur Houde

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	60 900	88 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	4 542	5 471
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	10.5	8.7

5120

CJMC-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJMC-MA
170, boul. Sainte-Anne
Sainte-Anne-des-Monts
G0E 2G0
Téléphone: (418) 763-5522
C.P. 820
Sainte-Anne-des-Monts
G0E 2G0
Diffusant en langue française, de 6h à 1h tous les jours
Fréquence: 1 490Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio du Golfe Inc.
170, boul. Sainte-Anne
Sainte-Anne-des-Monts
G0E 2G0
Téléphone: (418) 763-5522
C.P. 820
Sainte-Anne-des-Monts
G0E 2G0

Personnel
Président: Roger Vallée
Gérant général: Maurice Dumais

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, NTR

Personnel
Directeur des programmes, de l'information et des nouvelles: Paul Huot

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Jacques Vallée

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
Après 18h30	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	$
30 secondes	15	12	10
60 secondes	17	15	12

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	13	L à D	6h30	10 par
60 sec.	16		18h30	semaine

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes.
Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 30 jours.
Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'Association canadienne des Radiodiffuseurs, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseau sur les émissions commerciales et annonces-éclairs locales.
Un avis écrit de deux semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 6 en vigueur le 1er novembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
10h — 14h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
14h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
16h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
18h — 21h	A	A	A	A	A	A	A
21h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	9	7	6
60 secondes	12	10	8

Annonces extérieures (remote): 14$, cachet 10$

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
R.O.S.	30 sec.	7		⅓	12 par
	60 sec.	9		⅓	semaine
				⅓	

Classe	Durée	Fréquence 30	40	60	100
		$	$	$	$
AAA	30 sec.	8	7,25	6,75	6,25
	60 sec.	11	10,25	9,75	9,25
AA	30 sec.	6	5,25	6,50	6
	60 sec.	9	8,25	7,50	7
A	30 sec.	5	4,25	3,50	3
	60 sec.	7	6,25	5,50	5

Matériel publicitaire
Aucune annonce ne peut être mise en ondes le même jour (délai normal de 24 heures)
Pour décongestionner l'horaire et assurer une juste protection à tous les clients, le maximum d'unité est fixé quotidiennement à 12 pour chaque classe

Divers
Production: 10$, texte supplémentaire 5$, voix supplémentaire 3$
Annonce extérieure (remote): minimum de 4 à l'heure
Si les annonces sont achetées en profitant des escomptes de fréquence et que ces achats n'ont pas été diffusés, en totalité, au cours de la période requise, les tarifs sont ajoutés à l'échelle de la classe concernée. Un supplément de 25% est applicable aux annonces mentionnant deux commanditaires ou plus (3 au maximum) (prix sur demande pour le 3e)
Tout contrat existant sera honoré jusqu'à sa date d'échéance

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	12 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 214
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	13.8

5130

CJRG-MF

AQRC

IDENTIFICATION
CJRG-MF
98, Jacques-Cartier
Gaspé
G0C 1R0
Téléphone: (418) 368-3511
C.P. 380
Gaspé
G0C 1R0
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 103,1Mhz
Puissance: 79 watts
En ondes depuis 1978

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio-Gaspésie Inc.
98, Jacques-Cartier
Gaspé
G0C 1R0
Téléphone: (418) 368-3511
C.P. 380
Gaspé
G0C 1R0

Personnel
Président: Jules Sirois
Directeur général: Armand Roussy

Réseau
Indépendant

Réémetteur
CJRE-MF: 97,7Mhz, Rivière-au-Renard

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de l'information, des nouvelles et de la programmation: Serge Dunn

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Québec

Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Directeur des ventes: Armand Roussy

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur en août 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar	Mer	Jeu	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	25	22	20
60 secondes	30	27	24

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	21		50% AAA	10
60 sec.	26		50% AA	

Modalités de paiements
Après déduction faite de tous les rabais consentis, une commission de 15% sera versée à toutes les agences de publicité reconnues. Pas de commission pour les artistes, à moins d'un arrangement spécial
Factures mensuelles: aucun rabais

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Québec

Saguenay — Lac-Saint-Jean

5140

CBJ-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CBJ-MA
500, rue des Saguenéens
Chicoutimi
G7H 1R6
Téléphone: (418) 545-4321; Télex: 051-36107
C.P. 790
Chicoutimi
G7H 5E7
Diffusant en langue française
du lundi au samedi: de 0h à 1h30, 6h à 24h
dimanche: 6h à 24h
Fréquence: 1 580Khz
Puissance: 50 000 watts
En ondes depuis 1938

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Jacques Lambert

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

Réémetteur
CBJ-MA-1: 540Khz, Chibougamau
CBJ-MA-2: 1 140Khz, Chapais
CBJ-1-MF: 93,1Khz, Dolbeau

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, AFP, REUTER
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Jacques Lambert
Chef de l'information: Yvan Asselin

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	42 800	40 600
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 255	1 714
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.4	6.4

5150

CBJ-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CBJ-MF
500, des Saguenéens
Chicoutimi
G7H 1R6
Téléphone: (418) 545-4321
C.P. 790
Chicoutimi
G7H 5E7
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 100,9Mhz
Puissance: 98 000 watts
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Jacques Lambert

Réseau
Radio-Canada (réseau français stéréophonique de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, AFP, REUTER
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Jacques Lambert
Chef de l'information: Yvan Asselin

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	5 300	7 600
Auditoire moyen par ¼ d'heure	228	228
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.5	4.5

5160

CFGT-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CFGT-MA
790, avenue du Pont sud
Alma
G8B 2V4
Téléphone: (418) 662-3461
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 270Khz
Puissance, jour: 10 000 watts
nuit: 5 000 watts
En ondes depuis 1953

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Radio Lac-Saint-Jean Ltée
790, avenue du Pont sud
Alma
G8B 2V4
Téléphone: (418) 662-3461

Personnel
Président: Émilien Villeneuve
Directeur général: Normand Bergeron

Réseau
Radiomutuel (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Richard Turcotte
Directeur de l'information: Paul E. Thériault

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire, vente nationale
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Représentant publicitaire, vente locale
Idécibel Inc.
790, avenue du Pont sud
Alma
G8B 2V4
Téléphone: (418) 662-3461

Personnel
Directeur de la publicité: J. René Guillot
Représentant et conseiller commercial:
René Tremblay
Yves Simard

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 11, en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 secondes ou moins	22	19	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	25	22	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 secondes	20	L à D	6h — 19h	10 par sem
60 secondes	23			

Équipements techniques
Équipement moderne qui permet de réaliser des émissions dans presque tous les endroits.

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%
Aucun escompte au paiement
Aucune commission sur talent, production ou autres charges
Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commandités ont préséance sur les annonces
La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 16, en vigueur le 1er novembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 7h	C	C	C	C	C	C	C
7h — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	B
9h30 — 10h	A	A	A	A	A	A	B
10h — 13h30	A	A	A	A	A	A	AA
13h30 — 15h	B	B	B	B	B	B	AA
15h — 18h	B	B	B	B	B	B	A
Après 18h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B	C
	$	$	$	$
30 secondes	19	18	13	12
60 secondes	23	22	17	15

Reportages publicitaires, 60 secondes:
Classe AA: 150$ (4 à l'heure comprenant le cachet)
Classe A: 150$ (4 à l'heure comprenant le cachet)
Classe B: 125$ (4 à l'heure comprenant le cachet)
Classe C: 105$ (4 à l'heure comprenant le cachet)

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe A	B	C
	$	$	$
5 minutes	85	45	35
10 minutes	100	60	50
15 minutes	120	80	70
30 minutes	[illegible]	140	100
60 minutes	[illegible]	200	150

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan	
				Nb. d'an. par sem.	Nb. de sem. diff.	
		$				
Rotation à quantité égale	30 sec.	14 l'annonce		33⅓% A 33⅓% B 33⅓% C		
	60 sec.	17 l'annonce				
Satu-ration	15 sec.	7$/plan	L à D	33⅓% A 33⅓% B 33⅓% C	20 A 20 B 20 C	1

Le plan saturation à quantité égale est admissible aux clients sans contrat annuel

Classe	Durée	Fréquence 260	520	780
		$	$	$
AA	30 sec.	18	17	16
	60 sec.	22	21	20
A	30 sec.	17	16	15
	60 sec.	21	20	19

Classe	Reportage Durée	Contrat annuel
		$
AA	60 sec.	5 000
A	60 sec.	5 000
B	60 sec.	3 500
C	60 sec.	2 500

Modalités de paiements

Les factures sont payables sur réception
Escompte: 2% avant 10 jours
Net 30 jours
1½% de frais d'administration mensuels, représentant 26,08% annuellement
Chaque contrat sera soumis à la taxe provinciale de 2% sur la vente nette du temps d'antenne.

Divers

Les cachets et frais de production s'ajoutent au temps du poste.
Les frais de lignes et de techniciens sont en sus, en ce qui concerne les reportages publicitaires
Cachets de production versés aux annonces: 10$ (15, 30 ou 60 secondes)
La station se réserve le droit de déplacer certains messages commerciaux, en cas de priorités imprévisibles, de même que le jour de la Traversée du Lac Saint-Jean à la nage, le jour de Noël et le Premier de l'An.

Tarifs publicitaires combinés

Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	41 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 914
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	10,0

5170

CHIB-MA

IDENTIFICATION

CHIB-MA
Base militaire
Chibougamau
Téléphone: (418) 748-2121
Diffusant en langue française et anglaise, de 16h à 23h tous les jours
Fréquence: 1 340Khz
Puissance: 40 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION

Exploitée par Raymond Hamel
103, avenue Sabre
Chibougamau
G8P 1A8
Téléphone: (418) 748-4859

Personnel

Directeur général: Raymond Hamel

Réseau

Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION

Personnel

Responsable de la programmation: Guy Dextraze

PUBLICITÉ

Station non publicitaire

5180

CHOC-MF

AQRC

IDENTIFICATION

CHOC-MF
112, de la Fabrique
Jonquière
G7X 3N1
Téléphone: (418) 542-2265
C.P. 306
Jonquière
G7X 7W1
Diffusant en langue française, de 6h30 à 13h et de 17h à 23h du lundi au vendredi, et de 9h à 18h le samedi et dimanche
Fréquence: 92,5Mhz
Puissance: 423 watts
En ondes depuis 1977

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION

Exploitée par Radio communautaire de Jonquière Inc.
112, de la Fabrique
Jonquière
G7X 3N1

Téléphone: (418) 542-2265
C.P. 306
Jonquière
G7X 7W1

Personnel
Présidente: Denise Leduc
Responsable du fonctionnement administratif: Huguette Boivin

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Responsable de l'information, des nouvelles et coordonnateur des programmes: Benoît Lanthier

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

5190

CHRL-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CHRL-MA
568, boul. Saint-Joseph
Roberval
G8H 2K6
Téléphone: (418) 275-1831
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 910Khz
Puissance, jour: 10 000 watts
nuit: 2 500 watts
En ondes depuis 1949

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Roberval Inc.
568, boul. Saint-Joseph
Roberval
G8B 2K6
Téléphone: (418) 275-1831

Personnel
Président et directeur général: Benoît Lévesque

Réseau
Télémédia (Nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Germain Gagnon
Directeur de l'information: Jean-Claude Saint-Pierre

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, rue Mansfield
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-1891

Personnel
Directeur commercial: Serge Lefebvre

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 17, en vigueur le 1er février 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
7h — 10h	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA
10h — 12h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
12h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 18h	A	A	A	A	A
18h — 24h	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAAA	AAA	AA	A	B
	$	$	$	$	$
30 secondes	22	20	17	21	16
60 secondes	28	24	22	25	19

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan nb. d'an par sem	nb. sem. de diff
		$		30% AAAA		
Tap.	30 sec.	19	L à V	20% AAA	10	1-26
		18		20% AA	20	1-26
		18		30% A	10	27-52
		17			20	27-52
	60 sec.	24			10	1-26
		23			20	1-26
		23			10	27-52
		22			20	27-52
Satu-ration de fin de semaine.	30 sec.	19	S et D	7h 19h	Minimum 10 occasions	
	60 sec.	21				

Note: 25% de surchage pour une ou des heures fixes
25% de pénalité pour annuler un contrat.

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station, vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation.
CHRL n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15% sur le temps de la station à toutes les agences reconnues par l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs. Aucune commission sur production, à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. La station se réserve le droit de recéduler les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de deux semaines est exigible. Toute commande de diffusion qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier la prochaine campagne cédulée, si celle-ci représente moins de quatorze jours.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	55 400
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 426
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.6

5200

CHVD-MA

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CHVD-MA
1975, boul. Walberg
Dolbeau
G8L 1J5
Téléphone: (418) 276-3333
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 230Khz
Puissance: 10 000 watts
En onde depuis 1966

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Placements Claude Saint-Arnault Inc.
1975, boul. Walberg
Dolbeau
G8L 1J5
Téléphone: (418) 276-3333

Personnel
Président et directeur général: Claude Saint-Arnault

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directrice de la programmation: Diane Grenier
Directeur de l'information et des nouvelles: Michel Bouchard

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Représentant publicitaire: Jean Saint-Arnault
Représentant publicitaire: Gilles Saint-Arnault

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	28 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 856
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.1

5210

CJAB-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJAB-MF
121, Racine est
Chicoutimi
G7H 1R6
Téléphone: (418) 545-8888
C.P. 1090
Chicoutimi
G7H 5G4
Diffusant en langue française, de 6h à 2h tous les jours
Fréquence: 96,7Mhz
Puissance: 47 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJAB-MF Inc.
121, Racine est
Chicoutimi
G7H 1R6
Téléphone: (418) 545-8888
C.P. 1090
Chicoutimi
G7H 5G4

Personnel
Président et directeur général: Paul J. Audette

Réseau
Radiomutuel
Radiomutuel (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC

Personnel
Directeur de la programmation: Roger Laurendeau
Responsable de l'information et des nouvelles: Gaston Laverdure

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Directeur des ventes: Paul J. Audette

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 2 en vigueur le 1er octobre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
16h — 18h	A	A	A	A	A	—	—
18h — 19h	B	B	B	B	B	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 sec. ou moins	11	13	11	11
60 sec.	14	16	14	14

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
TAP	30 sec. ou moins	10 9	L à V	10% AAA 60% AA 10% A 20% B	10-24/sem. 25 ou +/sem.
	60 sec.	13 12			10-24/sem. 25 ou +/sem.
Fin de semaine	30 sec. ou moins	13 12	S et D	7h — 19h	10-24/fin de semaine
	60 sec.	16 15			10-24/fin de semaine 25 ou +/fin de semaine

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter de remises de fréquence.

Matériel publicitaire

Toutes les instructions et les textes publicitaires, en rapport avec un contrat, doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation. CJMT n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements

Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences reconnues par l'ACR. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers

Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier, au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

ESTIMÉS BBM

	Période: Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	54 300	58 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 685	4 313
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.6	10.2

5220

CJMD-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CJMD-MA
618, 6e Rue
Chibougamau
G8P 2T9
Téléphone: (418) 748-4171
(418) 748-4172
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 1 240Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1969

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJMD Chibougamau Inc.
618, 6e Rue
Chibougamau
G8P 2T9
Téléphone: (418) 748-4171
(418) 748-4172

Personnel
Président et directeur général: Serge Drolet
Vice-président: Marcel Drolet

Réseau
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

Réémetteur
CFED-MA: 1 340Khz, Chapais

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Responsable de la programmation: Daniel Lapointe
Directeur de l'information: Claude Bergeron

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes: Steve Grenon

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 5 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam.	Dim
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 secondes	14	12	Tarifs sur demande
60 secondes	16	14	Tarifs sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	13	L à D	6h	10/semaine
60 sec.	15		19h	

Équipements techniques
Possibilités d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR.
Aucune commission sur talent, production ou autres charges.
Factures mensuelles et payables sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ARC, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.
Les émissions commandités ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 10 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu	Ven.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA
9h30 — 13h30	A	A	A	A	A
13h30 — 16h	B	B	B	B	B
Après 16h	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B	C	Rotation égale
	$	$	$	$	$
30 secondes	14	13	12	11	12.50
60 secondes	20	19	18	17	17.85

Reportages publicitaires, 60 secondes: 104$/heure (4 à l'heure)
Publicité, 15 secondes: 70% du 30 secondes
2 classes par jour pendant 7 jours: minimum 500$

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe AA-A	B-C
	$	$
5 minutes	65	40
10 minutes	80	55
15 minutes	100	75
30 minutes	145	120
60 minutes	225	175

Escompte

Classe	Durée	Fréquence: 25	250	500
		$	$	$
AA	30 sec.	12	10	8
	60 sec.	16	15	14
A	30 sec.	11	9	7
	60 sec.	15	14	13
B	30 sec.	10	8	6
	60 sec.	14	13	12
C	30 sec.	9	7	7
	60 sec.	13	12	11
Rotation égale	30 sec.	10,50	8,50	6,50
	60 sec.	14,75	13,50	12,50

Reportages publicitaires, contrat annuel: 60$/heure (4 à l'heure)

Modalités de paiements
Réduction de 5% sur paiement comptant
Réduction de 2% avant 10 jours, après facturation

Divers
Les tarifs sont sujets à changement sans préavis

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	16 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 571
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	13,5

5230

CJMT-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CJMT-MA
1200, route 170 ouest
Chicoutimi
G7H 1T1
Téléphone: (418) 545-1517
C.P. 5200
Chicoutimi
G7H 1T1
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 420Khz
Puissance, jour: 10 000 watts
nuit: 2 500 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJMT Ltée
1200, route 170 ouest
Chicoutimi
G7H 1T1
Téléphone: (418) 545-1517
C.P. 5200
Chicoutimi
G7H 1T1

Personnel
Président et directeur général: Raymond J. Laroche

Réseau
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de l'information et de la programmation: Louis Trépanier

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Directeur et gérant des ventes: Carol Larouche

Tarifs publicitaires nationaux

Carte No 13, en vigueur le 15 septembre 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 18h	A	A	A	A	A
18h — 21h	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	20	16	17	11
60 secondes	25	20	21	14

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan: nb. d'an. par sem.	nb. sem. de diff.
		$				
TAP	30 sec	15	L à V	20% AAA 40% AA	10 par semaine	1-26
		14				27-52
	60 sec	18		20% A 20% B		1-26
		17				27-52
Saturation de fin de sem.	30 sec	12	S et D	7h — 19h	10 par fin de semaine	
	60 sec	15				

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation.
CJMT n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences reconnues par l'ACR. Aucune commission sur production, à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. La station se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible.
Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

Tarifs publicitaires locaux

Carte No 9 en vigueur le 1er septembre 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 9h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
9h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	22	15	16	11
60 secondes	30	24	21	14

Reportage publicitaire en direct: 32$
Frais de ligne et de techniciens, s'il y a lieu, en surplus

Tarifs d'un programme selon la classe

Programme	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
Bulletins de nouvelles	22	19	16

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan: nb. d'an. par sem.	nb. sem. de diff.
		$				
Saturation	30 sec	17/annonce	L à V		30	5 ou moins
	60 sec	19/annonce				
Saturation fin de semaine	30 sec	280/plan	S à L		30	
	30 sec	150/plan			15	

Classe	Durée	Fréquence 156	260 et plus
		$	$
AAA	30 sec	20	18
	60 sec	27	25
AA	30 sec	17	15
	60 sec	21	19
A	30 sec	14	13
	60 sec	19	17
B	30 sec	10	9
	13 sec	13	12

Divers
En ce qui concerne les reportages publicitaires en direct, les frais de lignes et de techniciens sont en sus, s'il y a lieu.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	75 000	71 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 085	3 424
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.7	6.8

5240

CKRS-MA

ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKRS-MA
38, Cantin
Jonquière
G7X 8V7
Téléphone: (418) 547-3681; Télex: 051-36213
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 590Mhz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1947

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Saguenay Ltée
38, Cantin
Jonquière
G7X 8V7
Téléphone: (418) 547-3681

Personnel
Président: Tom Burnham
Directeur général: Achille Soucy

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de l'information et des programmes: Jean-Paul Berthiaume

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes nationales: Achille Soucy

Tarifs publicitaires
Carte No 23 en vigueur le 1er janvier 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h	Classe déjeûner						
9h — 12h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
12h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Déjeûner	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$	$
30 secondes	35	30	25	24	17
60 secondes	45	40	32	30	20

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
TAP	30 sec.	26		10% déjeuner	10 par semaine
	60 sec.	32		30% AAA 30% AA 30% A	

Équipements techniques
Facilités d'enregistrement et de reproduction complètes.
Deux unités mobiles FM (automobiles). Deux unités FM portatives. Cinq équipements complets pour programmes à l'extérieur (remote).

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie à toutes les agences de publicité reconnues par l'ACR. Aucune commission allouée sur les frais de talent. La facturation est expédiée à chaque mois. Aucune réduction en argent. L'escompte d'un contrat donné ne dépasse pas 52 semaines de calendrier.
Les factures doivent être payées sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces- éclairs. Les émissions de réseau ont préséance sur les réclames et les émissions commanditées. Les escomptes de réclames ne sont pas rétroactives. La fréquence des programmes et des réclames n'est pas cumulative pour l'obtention d'escompte.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980
Pénétration hebdomadaire	125 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	8 155
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9,1

Quebec Quebec metropolitain et Rive-Nord

5250

CBV-MA

BBM

IDENTIFICATION
CBV-MA
2505, boul. Laurier
Sainte-Foy
G1V 2L2
Téléphone: (418) 656-9440; Télex: 051-2286
C.P. 10400
Sainte-Foy
G1V 2X2
Diffusant en langue française
Fréquence: 980Khz
Puissance: 50 000 watts
En ondes depuis 1938

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2131
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Martin Métivier

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

Réémetteur

CBV-1-MA	1 240Khz	Parent
CBV-2-MA	710Khz	Lac-Édouard
CBV-3-MA	980Khz	Clova
CBV-4-MA	1 340Khz	Sanmaur
CBV-5-MF	96,5Mhz	Saint-Fabien-de-Panet
CBV-6-MF	92,9Mhz	La Malbaie
CBV-7-MF	96,7Mhz	Saint-Georges
CBV-8-MF	à venir	Thetford-Mines

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Martin Métivier
Directeur de l'information et des nouvelles: Louis Roberge

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	176 800	162 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	7 685	8 518
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.1	7.3

5260

CBV-MF

BBM

IDENTIFICATION
CBV-MF
2505, boul. Laurier
Sainte-Foy
G1V 2L2
Téléphone: (418) 656-9440; Télex: 051-2286
C.P. 10400
Sainte-Foy
G1V 2X2
Diffusant en langue française
Fréquence: 95,3Mhz
Puissance: 100 000 watts
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2131
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Martin Métivier

Réseau
Radio-Canada (réseau français stéréophonique de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Martin Métivier
Directeur de l'information: Louis Roberge

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	54 000	59 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 114	2 642
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.0	6.3

5270

CBVE-MF

BBM

IDENTIFICATION
CBVE-MF
700, boul. Saint-Cyrille est
Québec
G1R 5A9
Téléphone: (418) 522-8246
Diffusant en langue anglaise, 24 heures par jour
Fréquence: 104.7Mhz
Puissance: 100 000 watts
En ondes depuis 1978

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Canadian Broadcasting Corporation
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2131
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Réseau
CBC (réseau anglais de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Shella Moore
Responsable de l'information et des nouvelles: Laurent Lavigne, Doug Carr

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	4 700	12 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	200	871
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6	9,6

5280

CHOI-MF

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CHOI-MF
2136, chemin Sainte-Foy
Sainte-Foy
G1V 1R8
Téléphone: (418) 687-9810
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 98,1Mhz
Puissance: 81 000 watts
En ondes depuis 1949

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par les Entreprises Télé-Capitale Ltée
2136, chemin Sainte-Foy
Sainte-Foy
G1V 1R8
Téléphone: (418) 688-8080

Personnel
Président: Wilbrod Bhérer
Vice-président exécutif et directeur général: J. Roger Herbert

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: Agence de presse sportive, NTR, PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: François Paré

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur commercial: Hugues Beaudoin

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 27 en vigueur le 1er août 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 9h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
9h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
16h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
19h — 20h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
20h — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA

Choix de périodes dans la classe AA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe	
	AAA	AA
	$	$
30 secondes	25	20
60 secondes	38	30

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Portée fréquence	30 sec. 60 sec.	20 30	L à V	Répartition égale tous les jours 40% AAA 60% AA	20 par semaine
Portée fréquence	30 sec. 60 sec.	22 33	S et D	Répartition égale S et D 60% AAA 40% AA	12 par fin de semaine

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR.
Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion.
L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	214 500	208 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	8 400	8 342
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5,5	5,6

5290

CHRC-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CHRC-MA
2136, chemin Sainte-Foy
Sainte-Foy
G1V 1R8
Téléphone: (418) 688-8080; Télex: 051-31515
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 800Khz
Puissance: 50 000 watts
En ondes depuis 1926

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par les Entreprises Télé-Capitale Ltée
2136, chemin Sainte-Foy
Sainte-Foy
G1V 1R8
Téléphone: (418) 688-8080

Personnel
Président: Wilbrod Bhérer
Vice-président et directeur général: André de Chavigny

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: Agence de presse sportive, NTR, PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Jacques Labrie
Directeur de l'information: Clément Tardif

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur commercial et des ventes: André Robitaille

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	396 800	388 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	25 400	25 100
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9	9

5300

CJMF-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJMF-MF
600, Belvédère
Québec
G1S 3E5
Téléphone: (418) 687-9330
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 93,3Mhz
Puissance: 70 800 watts
En ondes depuis 1979

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJMF-FM Ltée
600, Belvédère
Québec
G1S 3E5
Téléphone: (418) 687-9330

Personnel
Président et directeur général: Michel Noël

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR, PC

Personnel
Responsable de l'information, des nouvelles et de la programmation: Jean Dumas

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Michel Noël

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 2 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 9h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
9h — 11h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
11h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
16h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
19h — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA

Choix de tranche horaire dans la classe AA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AAA	AA	Annonces de nuit
	$	$	
30 secondes	25	21	Tarifs fournis
60 secondes	32	28	sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Portée fréquence	30 sec. 60 sec.	18 24	L à V	Répartition égale tous les jours	12 par semaine

ESTIMÉS BBM

	Période: Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	114 000	111 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	6 143	6 000
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7,5	7,5

5310

CJRP-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJRP-MA
1300, boul. Laurier
Sillery
G1S 1L8
Téléphone: (418) 688-1060
C.P. 4200
Sillery
G1T 2S2
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 060Khz
Puissance, jour: 50 000 watts
nuit: 10 000 watts
En ondes depuis 1969

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJRP Radio Provinciale Ltée
1300, boul. Laurier
Sillery
G1T 1L8
Téléphone: (418) 688-1060
C.P. 4200
Sillery
G1T 2S2

Personnel
Président: Donat Bazinet
Directeur général: Jacques Duhamel

Réseau
Radiomutuel
Radiomutuel (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: UPI (sports)
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Laval Provencher
Directeur de l'information: Jean-Luc Vachon

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Directeur commercial: Jacques Grenier

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 9 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
15h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation
Classes AAA, AA et A: En rotation du lundi au vendredi
Classe B: En rotation du lundi au dimanche

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe: AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes ou moins	44	48	33	14
60 secondes	55	60	42	18

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande pour tout programme de 5 à 10 minutes, émissions extérieures et annonces éclair à diffuser durant la nuit.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan: nb. d'an. par sem.	nb. sem. de diff.
		$				
Hebdo Tap	30 sec. ou moins	41 39	L à V	20% AAA 20% A	10 à 24 25 et plus	4
	60 sec.	51 49	L à S	60% AA	10 à 24 25 et plus	
Hebdo Tap	30 sec. ou moins	36 34	L à V	10% AAA 60% AA 10% A	10 à 24 25 et plus	4
	60 sec.	45 43		20% B	10 à 24 25 et plus	
Fin de sem.	30 sec. ou moins	28 26	S et D	Répartition égale 7h à 19h	10 à 24 25 et plus	
	60 sec.	35 33	S et D		10 à 24 25 et plus	

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter de remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Fermeture pour le matériel conforme aux règlements de l'ACR
CJMS n'assure pas de reprises pour les occasions manquées, dues à une réception tardive du matériel.
Le temps non utilisé sera tout de même facturé

Modalités de paiements
Une commission de 15%, basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conformes aux règlements de l'ACR. Les factures sont payables en monnaie canadienne.

Divers

Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions réseau commanditées auront priorité sur les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Conformes aux règlements de l'ACR.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 5 en vigueur le 1er juin 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
6h — 15h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
15h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A

Note: diffusion en rotation
Classes AAA, AA: en rotation du lundi au vendredi
Classe A: en rotation du lundi au dimanche

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	46	33	20
60 secondes	58	42	25

Tarifs d'un programme selon la classe

Tarifs disponibles sur demande pour émissions en direct, commandites et messages de nuits.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan nb d'an par sem	nb sem de diff.
		$				
Hebdomadaire	30 sec ou moins	41	L à V	20% AAA 20% A	10 à 24	
		39			25 et plus	4
	60 sec	51	L à S	60% AA	10 à 24	
		49			25 et plus	
Hebdomadaire	30 sec ou moins	36	L à V	10% AAA 60% AA	10 à 24	
		34		10% A	25 et plus	4
	60 sec	45		20% A	10 à 24	
		43			25 et plus	
Fin de sem.	30 sec ou moins	28	S et D	Répartition égale 7h à 19h	10 à 24	
		26			25 et plus	
	60 sec	35	S et D		10 à 24	
		33			25 et plus	

Les plans hebdomadaires ne peuvent pas être combinés avec les classes régulières pour profiter de l'escompte de fréquence.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	287 300	280 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	12 228	13 529
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.7	6.7

5320

CKCV-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKCV-MA
800, Place d'Youville, bureau 2100
Québec
G1R 4W7
Téléphone: (418) 694-1280
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 280Khz
Puissance, jour: 50 000 watts
nuit: 5 000 watts
En ondes depuis 1926

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5151

Personnel
Président: André Bureau
Directeur général: André Décarie

Réseau
Télémédia
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: André Gagnon
Responsable de l'information: Michel Gareau

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Directeur des ventes: Yvon Flageol

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er février 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
6h — 7h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
7h30 — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 19h30	A	A	A	A	A
19h30 — 24h	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	42	30	34	21
60 secondes	50	35	40	24

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs pour la commandite de bulletin de nouvelles, de sports ou d'émissions extérieures (remote) sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap	30 sec 60 sec	30 36	L à V	20% AAA 60% AA 20% A	10/semaine
Satu-ration	30 sec 60 sec	30 35	S et D	20% AAA 40% AA 20% A 20% B 7h — 19h	10/fin de semaine

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	213 400	200 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	9 100	9 057
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.0	6.3

5330

CKMA-MA

IDENTIFICATION
CKMA-MA
Base des Forces Armées Canadiennes
Mont-Apica
G0A 2P0
Téléphone: (418) 467-3344
Diffusant en langue anglaise
Fréquence: 1 340Khz
Puissance: 40 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Commanding Officer Canadian Forces Base Mont-Apica
Mont-Apica
Québec
G0A 2P0
Téléphone: (418) 467-3344

Personnel
Responsable de la station: M. Lecaine

Réseau
Indépendant

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

5340

CKRL-MF

BBM/AQRC

IDENTIFICATION
CKRL-MF
Pavillon de Koninck, bureau 0447
Cité Universitaire
Sainte-Foy
G1K 7P4
Téléphone: (418) 656-5675
Diffusant en langue française, de 7h à 24h du lundi au mercredi, de 7h à 2h le jeudi,
de 7h à 3h les vendredi, samedi et dimanche
Fréquence: 89,1Mhz
Puissance: 1 430 watts
En ondes depuis 1972

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Campus Laval FM Inc., bureau 0447,
Pavillon de Koninck
Université Laval
Sainte-Foy
G1K 7P4
Téléphone: (418) 656-5675

Personnel
Président: Jean-Louis Dubé
Directrice générale: Danielle Bilodeau

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation culturelle et musicale: Pierre Mathieu
Responsable de l'information et des nouvelles: Suzanne Ouellet

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Danielle Bilodeau

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 15 février 1981

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	12
60 secondes	15

Divers
Les textes doivent correspondre à notre code d'éthique (publicité informative)
Seules les annonces de spectacles peuvent durer 60 secondes.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	40 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 257
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	4,2

Quebec Rive-Sud

5350

CFLS-MA

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CFLS-MA
5, route Trans-Canada est
Lévis
G6V 4Y5
Téléphone: (418) 833-2151; Télex: 051-2333
C.P. 3000
Lévis
G6V 6P5
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 920Khz
Puissance: 1 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Etchemin Inc.
5, route Trans-Canada est
Lévis
G6V 4Y5
Téléphone: (418) 833-2151
C.P. 3000
Lévis
G6V 6P5

Personnel
Président: René Coulombe
Directeur général: Pierre Picard

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Louis Lebeau
Directeur de l'information: Gilles Saint-Pierre

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	269 100	243 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	17 070	13 314
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.9	7.6

5360

CHAL-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CHAL-MA
53, Commerciale
Saint-Pamphile
G0R 3X0
Téléphone: (418) 356-3812
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 590Khz
Puissance: 1 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio La Pocatière Ltée
53, Commerciale
Saint-Pamphile
G0R 3X0
Téléphone: (418) 356-3317

Personnel
Président: Luc Simard
Directeur général: Marc Simard
Gérant: Gilles Gosselin

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Christian St-Pierre
Directeur de l'information: Jacques Dufour

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Lise Bois

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 7 en vigueur le 1er mai 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 18h	AB	AB	AB	AB	AB	AB	AB
18h — 24h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AB	C
	$	$
15 sec	9	2.50
30 sec	10	3.50
60 sec	12	5.50

Reportage en direct
Commerciaux de 60 secondes: 18$/unité
Commandites de 30 secondes (commercial): 13$/unité
Commandites de 45 secondes (reportage): 13$/unité

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Nombre d'annonces requis par le plan
		$	
Budget	15 sec	15	4 par jour
	30 sec	20	4 par jour
	60 sec	25	4 par jour

Classe AB

Durée	Fréquence 100	200	300	400	500	750	1 000	1 500 et plus
	$	$	$	$	$	$	$	$
15 sec	4.75	4.25	4	3.75	3.50	3	2.75	2.50
30 sec	5.75	5.25	5	4.75	4.50	4	3.75	3.50
60 sec	7.75	7.25	7	6.75	6.50	6	5.75	5.50

Le client qui achètera simultanément le même nombre de 15, 30 ou 60 secondes dans le même temps, sur CHAL et CHGB, bénéficiera de l'escompte de fréquence cumulative selon la carte de tarifs respective à chacun.
Les tarifs annuels des bulletins de nouvelles ou commandites de programmes incluant un 60 secondes au début et un 30 secondes à la fin sont de 8$

Divers
Les coûts d'utilisation des circuits pour les reportages en direct sont aux frais du client.

Tarifs publicitaires combinés
Voir aussi les tarifs publicitaires du groupe CHAL et CHGB.

5370

CIRB-MA

ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CIRB-MA
170, 120e Rue
Saint-Georges
G5Y 2Z9
Téléphone: (418) 228-1460
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 1 240Khz
Puissance: 1 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Beauce Inc.
170, 120e Rue
Saint-Georges
G5Y 2Z9
Téléphone: (418) 228-1460

Personnel
Président et directeur général: Jules Venne
Vice-président: Nelson Jalbert

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, Agence de nouvelles télémédia
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Denis Lacombe

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Lionel Jolin

Tarifs publicitaires nationaux
Voir les tarifs publicitaires combinés du groupe CIRB et CKRB

Tarifs publicitaires locaux
Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	7.50
60 secondes	9.50

Avis de décès: 6,50$ par insertion
Encan 30 secondes: 8,50$
60 secondes: 10,50$

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
5 minutes	12
10 minutes	14
15 minutes	20
30 minutes	40
60 minutes	75

Escompte
Annonces

Durée	Fréquence 26	52	104	208	312	624
	$	$	$	$	$	$
30 sec.	7.25	7	6.75	6.50	6.25	6
60 sec.	9.25	9	8.75	8.50	8.25	8

Programmes

Durée	Fréquence 26	52	104	208	312	624
	$	$	$	$	$	$
5 min.	11,75	11,50	10,50	10,25	10	9.75
10 min.	13,75	13,50	12,50	12,25	12	11.75
15 min.	18	16	15	14	14	14

Le nombre de fois doit être appliqué dans les 12 mois qui suivent la signature du contrat.

Matériel publicitaire
Pour donner un meilleur service, les textes publicitaires doivent parvenir au moins 48 heures à l'avance.

5380

CJLP-MA

ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CJLP-MA
327, avenue Labbé
Thetford-Mines
G6G 1Z2
Téléphone: (418) 335-7533
C.P. 69
Thetford-Mines
G6G 5S3
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 230Khz
Puissance, jour: 1 000 watts
nuit: 250 watts
En ondes depuis 1977

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Mégantic Ltée
327, avenue Labbé
Thetford-Mines
G6G 1Z2
Téléphone: (418) 335-7533
C.P. 69
Thetford-Mines
G6G 5S3

Personnel
Président: François Labbé
Directrice générale: Jeanne Martin

Réseau
Télémédia (nouvelles)
Réseau des Appalaches

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur de la programmation, de l'information et des nouvelles: Robert Daneau

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes nationales: François Bastien
Directeur des ventes locales: Jacques Turcotte

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 7 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AA	A	B
	$	$	
30 secondes	14,50	12,50	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	17	14,50	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Saturation	30 sec.	13,50	L à S	6h30 — 18h30	10 par semaine
	60 sec.	15,50			

Matériel publicitaire
La station doit recevoir une copie des textes, des instructions et des renseignements.

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct, où des lignes peuvent être installées

Modalités de paiements
Commission d'agence 15%. Aucun escompte au paiement.
Aucune commission sur talent, production ou autres frais. Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er mai 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
15 secondes	8
30 secondes	10
60 secondes	11,50

Reportages en direct: prix sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Durée	Fréquence		
	25	100	300
	$	$	$
15 secondes	6.50	5.50	4.50
30 secondes	7.75	6.75	5.75
60 secondes	9.50	8.50	7.50

Matériel publicitaire
Pour permettre de donner un meilleur service, les textes publicitaires doivent parvenir à la station au moins 48 heures à l'avance.

Divers
Frais de composition et de production: 3$ pour un texte diffusé moins de 5 fois

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

5390

CJVL-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CJVL-MA
1360, Notre-Dame sud
Sainte-Marie
G0S 2Y0
Téléphone: (418) 387-1360
C.P. 1360
Sainte-Marie
G0S 2Y0
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 360Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Clival Inc.
1360, Notre-Dame sud
Sainte-Marie
Téléphone: (418) 387-1360
C.P. 1360
Sainte-Marie
G0S 2Y0

Personnel
Directeur général et gérant de la station: Jacques Vachon

Réseau
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Jacques Vachon
Directeur de l'information: Pierre Grégoire

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur et conseiller en publicité: Herman Nadeau

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 5 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 sec. ou moins	17	15	Tarifs sur demande fournis
60 sec.	19	17	Tarifs sur demande fournis

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	16	L à S	6h — 19h	10 par semaine
60 sec.	18			

Équipements techniques
Magnétophones de marque Ampex; cartouches; équipement de diffusion à distance adéquat partout où un service de ligne est disponible. Unité mobile équipée de téléphone.

Modalités de paiements
Commission d'agence 15%. Aucun escompte au paiement. Aucune commission sur talent, production ou autres charges. Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 8 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	B	B	B	B	B	B	B
7h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 11h30	A	A	A	A	A	A	A
11h30 — 13h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h30 — 18h	A	A	A	A	A	A	A
18h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	A	B
	$	$	$
30 secondes	14,50	14	13,50
60 secondes	17	16,50	16

Annonces en direct: 16$ par annonce

Tarifs d'un programme selon la classe
Émission de l'extérieur: tarifs fournis sur demande

Escompte
Plan de couverture totale de l'auditoire:
30% AA; 40% A; 30% B

Classe	Durée	Fréquence 26	52	78	104	156	321	624
		$	$	$	$	$	$	$
AA	30 sec.	13,50	12,80	12,45	11,85	11,25	10,75	10,00
	60 sec.	15,65	15,55	14,20	13,60	13,00	12,50	12,00
A	30 sec.	13,00	12,30	11,95	11,30	10,75	10,25	9,50
	60 sec.	16,15	15,05	13,70	13,10	12,50	12,00	11,50
B	30 sec.	12,50	11,80	11,45	10,85	10,25	9,75	9,00
	60 sec.	15,65	14,55	13,20	12,60	12,00	11,50	11,00

Matériel publicitaire
Pour permettre de donner un meilleur service, les textes publicitaires doivent parvenir au moins 48 heures à l'avance.

Divers
Le nombre d'annonces du contrat doit être diffusé dans les 12 mois qui suivent la signature.
Annonce en direct: minimum 2 heures et 4 annonces à l'heure

Le coût de la ligne téléphonique et de l'annonceur n'est pas compris dans le tarif des annonces en direct.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	41 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 142
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8,0

5400

CKBM-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKBM-MA
120, Saint-Jean-Baptiste est
Montmagny
G5V 1K5
Téléphone: (418) 248-0800
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 1 490Khz
Puissance, jour: 1 000 watts
nuit: 250 watts
En ondes depuis 1954

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio CKBM Inc.
120, Saint-Jean-Baptiste est
Montmagny
G5V 1K5
Téléphone: (418) 248-0800

Personnel
Président: Guy Simard
Directrice générale: Pierrette Roy

Réseau
Télémédia (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: Agence de nouvelles télémédia
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Pierrette Roy
Directeur de l'information: Pierre Laberge

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1R7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Gilles Vallières

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 11 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu	Ven.	Sam	Dim.
6h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
13h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	20	18	16
60 secondes	24	20	18

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec.	16	L à D	50% AAA 20% AA 30% A	10 par semaine
	60 sec.	18			

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 30 jours. Le client s'engage, à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 15 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam
6h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—
13h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	—
18h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA
19h — 24h	A	A	A	A	A	AAA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	14	13	11
60 secondes	19	17	14

Radiodiffusion en direct: tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec.	12	7 jours ou moins et fin de sem.	Distribution garantie 30% AAA 40% AA 30% A	20 à 39
		11			40 et plus
	60 sec.	16			20 à 39
		15			40 et plus

Divers
Tous les programmes et textes commerciaux doivent être en conformité avec le code d'éthique du CRTC et de l'ACR.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	34 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 600
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.6

5410

CKFL-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKFL-MA
3852, Québec-Central
Lac-Mégantic
G6B 2C6
Téléphone: (819) 583-0663
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 400Khz
Puissance, jour: 1 000 watts
nuit: 250 watts
En ondes depuis 1968

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Mégantic Ltée
327, avenue Labbé
Thetford-Mines
G6G 1Z2
Téléphone: (418) 335-7533
C.P. 69
Thetford-Mines
G6G 5S3

Personnel
Président: François Labbé
Directrice générale: Jeanne Martin
Gérante de la station: Lucie Fillion

Réseau
Réseau des Appalaches
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Robert Daneau
Directeur de l'information: Michel Brochu

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes nationales: François Bastien
Directeurs des ventes locales: Jacques Turcotte, Lucie Fillion

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 7 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe: AA	A	B
	$	$	
30 sec. ou moins	14,50	12,50	Tarifs fournis sur demande
60 sec.	17	14,50	

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec	13,50	L à S	6h30 — 18h30	10 par semaine
	60 sec	15,50			

Matériel publicitaire
La station doit recevoir une copie des textes, des instructions et des renseignements.

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées.

Modalités de paiements
Commission d'agence 15%. Aucun escompte au paiement.
Aucune commission sur talent, production ou autres frais. Facturation mensuelle et payable sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er mai 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
15 secondes	8
30 secondes	10
60 secondes	11,50

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Durée	Fréquence 25	50	100	300
	$	$	$	$
15 secondes	6,50	6	5,50	4,50
30 secondes	7,75	7,25	6,75	5,75
60 secondes	9,50	9	8,50	7,50

Matériel publicitaire
Pour permettre de donner un meilleur service, les textes publicitaires doivent parvenir au moins 48 heures à l'avance.

Divers
Frais de composition et de reproduction pour un texte diffusé moins de 5 fois: 3$

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	11 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	871
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	10.9

5420

CKLD-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKLD-MA
327, avenue Labbé
Thetford-Mines
G6G 1Z2
Téléphone: (418) 335-7533
C.P. 69
Thetford-Mines
G6G 5S3
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 330Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1950

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Mégantic Ltée
327, avenue Labbé
Thetford-Mines
G6G 1Z2
Téléphone: (418) 335-7533
C.P. 69
Thetford-Mines
G6G 5S3

Personnel
Président: François Labbé
Gérante: Jeanne Martin

Réseaux
Réseau des Appalaches
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Robert Darveau
Directeur de l'information et des nouvelles: Robert Daneau

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Responsable des ventes publicitaires nationales: François Bastien
Responsables des ventes locales: B. Potvin, Jeannine Lessard, Jacques Turcotte

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 7 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar	Mer	Jeu	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 secondes	20.30	17.50	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	23.80	20.30	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Satu-	30 sec	18.90	L à S	6h30 —	10 par semaine
ration	60 sec	21.70		18h30	

Matériel publicitaire
La station doit recevoir une copie des textes, des instructions et des renseignements.

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées.

Modalités de paiements
Commission d'agence 15%. Aucun escompte au paiement.
Aucune commission sur talent, production ou autres frais. Facturation mensuelle et payable sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	192 400
Auditoire moyen par ¼ d'heure	17 128
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	11.0

5430

CKRB-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKRB-MA
170, 120e Rue
Saint-Georges
G5Y 2Z9
Téléphone: (418) 228-1460
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 1 460Khz
Puissance, jour: 10 000 watts
nuit: 5 000 watts
En ondes depuis 1953

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Beauce Inc.
170, 120e Rue
Saint-Georges
G5Y 2Z9
Téléphone: (418) 228-1460
C.P. 100
Saint-Georges
G5Y 2Z9

Personnel
Président et directeur général: Jules Venne
Vice-président: Nelson Jalbert

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, Agence de nouvelles télémédia
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Denis Lacombe
Directeur de l'information: Jacques Petit

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Jean-Paul Veilleux

Tarifs publicitaires nationaux
Voir les tarifs publicitaires combinées du groupe CIRB et CKRB.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 13 en vigueur depuis le 1er novembre 1979

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe 18h à 24h	Autres périodes
	$	$
30 secondes	8	17
60 secondes	8.50	23

Avis de décès: 14$ l'insertion
Annonces classées: 3$ (environ 15 secondes)

Annonces en direct: 6 annonces de 60 secondes diffusées en direct d'un magasin par heure. Le prix par annonce selon le contrat, plus 2$ par annonce et 12$ l'heure.
Encan: prix unitaire

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
5 minutes	40
10 minutes	50
15 minutes	64
60 minutes à la station	200
60 minutes à l'extérieur	375

Escompte

Annonces

Durée	Fréquence 52	104	208	312	624
	$	$	$	$	$
30 secondes	15.50	14.40	13.25	12.25	10.50
60 secondes	19.50	18.00	16.50	15.00	13.50

Programmes

Durée	Fréquence 52	104	208	312	624
	$	$	$	$	$
5 min.	30	22	18.50	17	16
10 min.	40	32	28	23	22
15 min.	54	—	—	—	—

Contrat séparé pour des émissions.

Divers
Toutes les annonces placées entre: 6h et 7h, 9h et 11h, 13h et 17h, 18h et 24h du lundi au samedi seront diffusées simultanément sur les deux stations CKRB et CIRB, sans frais supplémentaires. La même formule s'applique le dimanche de 8h à 12h et de 16h à 24h. Grâce à ses deux stations, RB RADIO offre le bassin de population que vous devez atteindre.
Le nombre de fois doit être appliqué dans les 12 mois qui suivent la signature du contrat.

Matériel publicitaire
Pour permettre de donner un meilleur service, les textes doivent parvenir 48 heures à l'avance.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	49 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 714
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.8

Précisions: incluant CIRB-MA, Lac Etchemin

Trois-Rivières Mauricie

5440

CFCQ-MF

IDENTIFICATION
CFCQ-MF
3500, de Courval
Trois-Rivières
G9A 5E6
Téléphone: (819) 376-2121
Diffusant en langue française
Fréquence: 93,9Mhz
Puissance: 2 800 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Téléduc Inc.
3500, de Courval
Trois-Rivières
G9A 5E6
Téléphone: (819) 376-2121

Personnel
Président général: Jean V. Allard
Directeur général: Louis Martel
Directeur général adjoint: Jacques Lemire

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Responsable de la programmation: Jacques Lemire
Responsable de l'information et des nouvelles: Lisette Gingras

PUBLICITÉ
Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Jacques Lemire

Tarifs publicitaires

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	10
60 secondes	15

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
1 heure	75

5450

CFLM-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CFLM-MA
529, Saint-Louis
La Tuque
G9X 2X3
Téléphone: (819) 523-4575
C.P. 310
La Tuque
G9X 3P3
Diffusant en langue française, de 7h à 24h du lundi au samedi et de 9h à 24h le dimanche
Fréquence: 1 240Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1959

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio La Tuque Ltée
529, Saint-Louis
La Tuque
G9X 2X3
Téléphone: (819) 523-4575
C.P. 310
La Tuque
G9X 3P3

Personnel
Président et directeur général: Jean Trépanier

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes et de l'information: Réjean Leclerc

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Jacques Perron

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 8 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	Classe A	Classe B
	$	$	
30 secondes ou moins	15	13	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	17	15	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec. ou moins	14	L à D	7h à 19h	10 par sem.
60 sec.	16			

Équipements techniques
Équipement moderne et spécialisé, incluant équipements d'émissions en direct

Modalités de paiements
Commission aux agences: 15%
Aucun escompte au paiement
Aucune commission sur talent, production ou autres frais
Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces.
La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	12 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	985
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	10,8

5460

CHLN-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CHLN-MA
3550, boul. Royal
Trois-Rivières
G9A 5G8
Téléphone: (819) 374-3556
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 550Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1937

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5151

Personnel
Président: André Bureau
Directeur général: Jacques Black

Réseau
Télémédia
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation et de l'information: André Poitras

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Responsable des ventes publicitaires nationales: Claude Demers
Responsable des ventes régionales: René Lefebvre
Responsable des ventes locales: Robert Fleury

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 25 en vigueur le 1er février 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
16h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 20h	A	A	A	A	A	B	B
20h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Classe AA: choix de périodes samedi et dimanche.

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	34	29	22	12
60 secondes	40	34	25	15

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap	30 sec.	27	L à V	20% AAA	10/sem.
	60 sec.	32		60% AA	
Satu-ration fin de semaine	30 sec.	20	S et D	7h — 19h	
	60 sec.	24			

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation. CHLN n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées, suite à un délai dans la réception des textes, seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences reconnues par l'ACR. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 26 en vigueur le 1er juillet 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
6h — 13h	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA
13h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 20h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
20h — 24h	AA	AA	AA	AA	AA

Les messages sont diffusés en rotation.

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAAA	AAA	AA
	$	$	$
30 secondes	28	25	21
60 secondes	33	29	26

Les tarifs des reportages publicitaires en direct (remote) de votre place d'affaires sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Hebdo-madaire	30 sec. 60 sec.	23 28	L à V	40% AAAA 40% AAA 20% AA	10
Satu-ration	30 sec. 60 sec.	21 25	S et D	samedi 6h à dimanche 20 h	20 par fin de semaine

ESTIMÉS BBM

	Période: Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	174 500	192 400
Auditoire moyen par ¼ d'heure	12 771	15 218
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	10.2	11.0

5470

CIGB-MF

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CIGB-MF
1675, boul. des Forges
Trois-Rivières
G8Z 1T7
Téléphone: (819) 378-1023
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 102,3Mhz
Puissance: 11 000 watts
En ondes depuis 1979

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Legerbourg Inc.
1675, boul. des Forges
Trois-Rivières
G8Z 1T7
Téléphone: (819) 378-1023

Personnel
Président: François Dufresne
Directeur général: Maurice Bourget

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR

Personnel
Responsable de la programmation: Gilles Morin
Responsable du service des nouvelles: Pierre Bourassa

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, rue Sherbrooke ouest, suite 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Directeur des ventes: Mathieu Jobin

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 1 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	B	B	B	B	B	B	B
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
16h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe: AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes ou moins	19,20	14,40	15,20	12,00
60 secondes	24,00	18,60	18,40	15,20

Les tarifs pour les annonces éclair de nuit sont fournis sur demande.

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande pour programmes de 5 à 10 minutes et émissions extérieures.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan: nb. d'an. par sem.	nb. sem de diff.
		$				
Tap. Plan Hebdo-madaire	30 sec. ou moins	17.60 16.80	L à V	20% 7h à 10h 60% 10h à 16h 20% 16h à 19h	10 à 24 25 et plus	4 4
	60 sec.	22.50 21.60			10 à 24 25 et plus	4 4
Plan fin de sem	30 sec. 60 sec.	13.60 16.80	S et D	Répartit également 7h à 19h	10 ou plus	

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Conforme aux règlements de l'ACR.
Les stations n'assurent pas de reprises pour les occasions manquées, dues à une réception tardive du matériel. Le temps non utilisé sera tout de même facturé.

Modalités de paiements
Une commission de 15%, basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par la CAB. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conformes aux règlements de l'ACR. Payables en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au Code d'Éthique de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements de la Commission Canadienne de la Radio-Télévision. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces éclair. Les émissions réseau auront priorité sur les programmes commandités et les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration.
Conforme aux règlements de l'ACR.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 2

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	17.00
60 secondes	24.00

Répartition des messages: 33⅓% de 6h à 12h
33⅓% de 12h à 18h
33⅓% de 18h à 24h

Escompte
250 occasions: 5%
500 occasions: 7½%
1 000 occasions: 10%

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CIGB et CJTR

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	58 500	92 400
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 971	5 700
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.1	8.6

5480

CJTR-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJTR-MA
1350, Royale
Édifice Place Royale
Trois-Rivières
G9A 4J4
Téléphone: (819) 375-4855
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 140Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1954

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJTR Radio Trois-Rivières Ltée
1350, Royale
Édifice Place Royale
Trois-Rivières
G9A 4J4
Téléphone: (819) 375-4855

Personnel
Président: Donat Bazinet
Directeur général: Richard Gendron

Réseau
Radiomutuel
Radiomutuel (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: François Lessard
Directeur de l'information et des sports: Denis Duhaime

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Gérant des ventes: Claude Trudel

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 2 en vigueur le 2 mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	B	B	B	B	B	B	B
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
16h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe			
	AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes ou moins	21.60	16.20	17.10	13.50
60 secondes	27	19.80	20.70	17.10

Les tarifs pour annonces éclair de nuit sont fournis sur demande.

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande pour programmes de 5 à 10 minutes et pour émissions extérieures.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan	
			Jours	Heures ou classes	nb. d'an. par sem.	nb. sem. de diff.
		$				
Tap. Plan hebdo-madaire	30 sec. ou moins	19.80 18.90	L à V	20% 7h — 10h 60% 10h — 16h 20% 16h — 19h	10-24 25 et plus	4 4
	60 sec.	25.20 24.30			10-24 25 et plus	4
Plan fin de semaine	30 sec. ou moins 60 sec.	15.30 18.90	S et D	Répartition égale 7h à 19h	10 ou plus	

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Conforme aux règlements de l'ACR.
Les stations n'assurent pas de reprises pour les occasions manquées dues à une réception tardive du matériel. Le temps non utilisé sera tout de même facturé.

Modalités de paiements
Une commission de 15% basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conformes aux règlements de l'ACR. Payables en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur

les programmes commandités et les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration.
Conformes aux règlements de l'ACR

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 8 en vigueur le 19 février 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	B	B	B	B	B	B	B
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
16h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes ou moins	22	16	14	10
60 secondes	28	20	18	13

Les tarifs pour annonces éclair de nuit (24h — 5h) sont fournis sur demande.

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs pour émissions hors-studio sont disponibles sur demande.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap Plan hebdo-madaire	30 sec	16	L à S	20% 7h — 10h	10 à 24/sem
	60 sec	15		60% 10h — 16h	25 et plus sem
		20		20% 16h — 19h	20 à 24/sem
		19			25 et plus sem
Plan fin de semaine	30 sec	12	S et D	Répartition également 7h — 19h	10 ou plus
	60 sec	15			

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Toutes les agences de publicité doivent fournir le matériel à l'état final et prêt pour la mise en ondes.

Divers
Advenant que le total des mises en ondes, réparties sur une période de 12 mois, à compter de la date d'émission du contrat, ne soit pas respecté, une révision du contrat sera effectuée selon le tarif mérité.
Les contrats qui concernent des diffusions de 60 secondes ou moins peuvent se terminer sur avis écrit de 14 jours d'une partie ou de l'autre. On peut accepter un avis oral à cet effet, si cet avis est confirmé par écrit dans les 7 jours.
Les contrats, qui concernent des diffusions de plus de 60 secondes, peuvent se terminer sur avis écrit de 28 jours d'une partie ou de l'autre.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CIGB et CJTR

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	125 800	131 600
Auditoire moyen par ¼ d'heure	6 414	5 957
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.1	6.4

5490

CKSM-MA

BBM

IDENTIFICATION
CKSM-MA
Édifice Hôtel de Ville
Shawinigan
G9N 1M6
Téléphone: (819) 537-8824
C.P. 695
Shawinigan
G9N 6V9
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 220Khz
Puissance, jour: 10 000 watts
nuit: 2 500 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Compagnie de Radiodiffusion de Shawinigan Falls Ltée
Édifice Hôtel de Ville
Shawinigan
G9N 1M6
Téléphone: (819) 537-8824
C.P. 695
Shawinigan
G9N 6V9

Personnel
Directeur général: Pierre Demondehare

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR, PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Normand Choquette
Directeur de l'information: Robert Lupien

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur commercial et des ventes: Florent Nobert

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 14 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 11h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
11h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
13h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
Autres périodes	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	27	21	17
60 secondes	33	27	21

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation Ros	30 sec. 60 sec	23 29	L à D	7h — 19h	10 par semaine

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de commercial accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseau sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation en prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 13 en vigueur le 1er août 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 20h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
20h — 22h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	17,75	16,75	15,75
60 secondes	21,25	20,25	19,25

Reportages publicitaires en direct de votre commerce (remote): tarifs fournis sur demande

Tarifs des émissions de nouvelles selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
Ouverture, du l au s. 13 semaines, 30 secondes	300/ mois	275/ mois	250/ mois

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Classes combinées	30 sec. 60 sec.	16,50 21		40% AAA 30% AA 30% A	10
saturation	30 sec 60 sec	12,50 16	S et D		10 par fin de semaine

Classe	Durée	Fréquence 260	520
		$	$
AAA	30 sec.	16,50	15,25
	60 sec.	20	18,75
AA	30 sec.	15,50	14,25
	60 sec.	19	17,75
A	30 sec.	14,50	13,25
	60 sec.	18	16,75
Classes combinées	30 sec.	15	13,50
	60 sec.	19	17,50

Divers
Frais de production: 7$ par texte

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	51 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 257
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8,9

Trois-Rivieres Centre du Quebec

5500

CFDA-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CFDA-MA
55, Saint-Jean-Baptiste
Victoriaville
G6P 4E1
Téléphone: (819) 752-5545
C.P. 490
Victoriaville
G6P 6T3
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 380Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1951

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Victoriaville Ltée
55, Saint-Jean-Baptiste
Victoriaville
G6P 4E1
Téléphone: (819) 752-5545
C.P. 490
Victoriaville
G6P 6T3

Personnel
Président: François Labbé
Directeur général: François Bastien

Réseau
Réseau des Appalaches
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Robert Daneau
Directeur de l'information: Georges-André Poudrier

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes publicitaires: François Bastien

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 7 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AA	A	B
	$	$	
30 sec. ou moins	20,30	17,50	Tarifs fournis sur demande
60 sec.	23,80	20,30	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
		Jours	Heures ou classes	
	$			
30 sec.	18,90	L à S	6h30 — 18h30	10 par semaine
60 sec.	21,70			

Matériel publicitaire
La station doit recevoir une copie des textes, des instructions et des renseignements.

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées.

Modalités de paiement
Commission d'agence 15%. Aucun escompte au paiement
Aucune commission sur talent, production ou autres frais. Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	42 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 371
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7,3

5510

CHRD-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CHRD-MA
2070, Saint-Georges
Drummondville
J2C 5G6
Téléphone: (819) 472-5458
Diffusant en langue française, de 6h à 1h tous les jours
Fréquence: 1 480Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1954

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Inter-Cité (1978) Inc.
2070, Saint-Georges
Drummondville
J2C 5G6
Téléphone: (819) 472-5458

Personnel
Président: Franklin Delaney
Directeur général: Gérard Lemieux

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR

Personnel
Directeur de l'information et des émissions: Jacques Papin

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Inter-Cité

Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Personnel
Directeur commercial: Jean-Guy Ruel

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er août 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
8h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
Après 19h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	27,75	25,20	20
60 secondes	33,30	30	24,05

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec.	24,05	L à V ou S et D	7h — 19 h	10/semaine
	60 sec.	27,75			

Matériel publicitaire
Prière de faire parvenir au chef du routage de la station les copies et bandes sonores.

Modalités de paiements
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Les factures sont produites à chaque mois et payables sur réception. Taxe provinciale de 2% applicable sur le temps de poste seulement.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Inter-Cité

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	49 500	55 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 528	4 085
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7,2	10,2

5520

CKTL-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKTL-MA
1646, Saint-Laurent
Plessisville
G6L 2P6
Téléphone: (819) 362-3737
C.P. 160
Plessisville
G6L 2Y7
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 420Khz
Puissance, jour: 1 000 watts
nuit: 500 watts
En ondes depuis 1972

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Plessisville Ltée
1646, Saint-Laurent
Plessisville
G6L 2P6
Téléphone: (819) 362-3737
C.P. 1420
Plessisville
G6L 2Y9

Personnel
Président et directeur général: François Labbé
Gérant: Gaston Bergeron

Réseau
Réseau des Appalaches
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Robert Daneau
Directeur de l'information: Jeannot Lemay

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes nationales: François Bastien
Directeur des ventes locales: Michel Bourgoin

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 7 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 sec. ou moins	14,50	12,50	Tarifs fournis sur demande
60 sec.	17	14,50	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec.	13,50	L à S	6h30 — 18h30	10 par semaine
	60 sec.	15,50			

Matériel publicitaire
La station doit recevoir une copie des textes, des instructions et des renseignements.

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées

Modalités de paiements
Commission d'agence, 15%. Aucun escompte au paiement.
Aucune commission sur talent, production ou autres frais. Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er mai 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
15 secondes	8
30 secondes	10
60 secondes	11,50

Les tarifs des reportages en direct de votre commerce sont fournis sur demande.

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Annonces régulières

Durée	Fréquence 25	50	300
	$	$	$
15 secondes	6,50	5,50	4,50
30 secondes	7,75	6,75	5,75
60 secondes	9,50	8,50	7,50

Spécial 7 jours

Durée	Fréquence 5	10	20
	$	$	$
15 secondes	6,25	5,50	5,25
30 secondes	7,25	6,75	6,50
60 secondes	9	8,50	8

Matériel publicitaire
Pour permettre de donner un meilleur service, les textes publicitaires doivent parvenir au moins 48 heures à l'avance.

Divers
Frais de composition et de production pour un texte diffusé moins de 5 fois: 3$

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	13 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 000
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	10,1

Cantons-de-l'Est

5530

CHLT-MA

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CHLT-MA
25, Bryant
Sherbrooke
J1J 3Z5
Téléphone: (819) 563-6363
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 630Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1937

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-6291

Personnel
Président: André Bureau
Directeur général: Raynald Brière

Réseau
Télémédia
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Normand Laberge

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Sherbrooke

Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Directeur des ventes et de la publicité: Jacques Therrien

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 19h	A	A	A	A	A	AA	AA
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Choix de périodes: samedi et dimanche

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	28	25,60	24	12,80
60 secondes	33,60	30,90	28,80	16

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap	30 sec. 60 sec.	25,60 29,60	L à V	20% AAA 60% AA 20% A	10 par sem.
Saturation fin de semaine	30 sec. 60 sec.	24 28	S et D	7h à 19h	10 par fin de semaine

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h, le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation. CHLT-MA n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission aux agences de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 29 en vigueur le 1er juillet 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h30 — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 19h30	A	A	A	A	A	A	A
19h30 — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 sec. ou moins	26	23	20	13
60 secondes	31	27	24	17

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs des émissions extérieures disponibles sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Plan fin de semaine	30 sec. 60 sec.	17 22	S et D	7h — 19h30	10 par fin de semaine
Hebdomadaire Tap	30 sec. 60 sec.	22 26	L à V	30% AAA 40% AA 30% A	10 par sem.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires des groupes Radio Sherbrooke et CHLT et CITÉ

ESTIMÉS BBM

	Période: Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	133 000	126 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	9 000	8 714
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9,5	9,6

5540

CIMO-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CIMO-MF
2056, Sherbrooke
Magog
J1X 2T3
Téléphone: (819) 843-1414
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 106,1Mhz
Puissance: 1 600 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Diffusion CIMO Inc.
2056, Sherbrooke
Magog
J1X 2T3
Téléphone: (819) 843-1414

Personnel
Président et directeur général: Claude Boulard

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Claude Boulard
Responsable de l'information et des nouvelles: M.C. Vaillancourt

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Lloyd Scheib

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 3 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h à 24h	A	A	A	A	A	A	A

Diffusion en rotation dans chaque classe

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A
	$	$
30 secondes	18	16
60 secondes	21	19

Diffusion à heures fixes: ajouter 20%

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec. ou moins	17	L à D	Distribution égale dans chaque période 6h — 24h	10 par sem.
60 sec. ou moins	20			

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis de 2 semaines doit être soumis par écrit relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 3 en vigueur le 1er septembre 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
15 secondes	12
30 secondes	14,10
60 secondes	16,60
3 minutes	19,50

Diffusion en rotation
Annonces extérieures en direct (remote): 17$ pour 60 secondes (minimum de 4 à l'heure)

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs des émissions spéciales sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	15 sec.	11,40	L à D	6h — 24h	21
		10,90			42
		10,40			63 et plus
	30 sec.	13,40			21
		12,80			42
		12,20			63 et plus
	60 sec.	15,80			21
		15			42
		14,30			63 et plus

La catégorie saturation ne peut pas être combinée pour profiter d'escomptes additionnels de fréquence.

Durée	Fréquence 200	400	600 et plus
	$	$	$
15 secondes	11,40	10,90	10,40
30 secondes	13,40	12,80	12,20
60 secondes	15,80	15	14,30
3 minutes	18,50	17,60	16,70

Modalités de paiements
Aucun escompte sur paiement comptant. Relevé bimensuel.
Net 30 jours, 1½% par mois

Divers
Advenant annulation, le tarif sera révisé selon l'échelle de la catégorie appropriée.
Talent, production, lignes de radiodiffusion en surplus.
Mise en marché disponible sur demande.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	61 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 385
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.5

5550

CITE-MF-1

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CITE-MF-1
25, Bryant
Sherbrooke
J1J 3Z5
Téléphone: (819) 566-6767
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 102.7Mhz
Puissance: 62 500 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-6291

Personnel
Président: André Bureau
Directeur général: Johnson Roy

Réseau
Télémédia
Télémédia (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Irenée Goulet
Directeur de l'information: Jean Arel

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Sherbrooke

Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Directeur de la publicité: René Phaneuf
Directeur des ventes: Jacques Thérien

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
	A	A	A	A	A	A	A
15h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Samedi et dimanche: Choix de périodes

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA-AA-A	Classe B
	$	$
30 secondes	21 (60% de 35$)	16
60 secondes	25 (60% de 42$)	20

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap	30 sec. 60 sec.	19.20 22.20	L à V	20% AAA 60% AA 20% A	10 par sem.
Saturation fin de semaine	30 sec. 60 sec.	18 21	S et D	7h — 19h	10 par fin de semaine

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation. CITE-FM n'offrent aucune garantie que les occasions non diffusées, suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 27 en vigueur le 1er septembre 1979

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	20
60 secondes	30

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires des groupes CHLT et CITÉ et Radio Sherbrooke

ESTIMÉS BBM

	Période: Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	123 600	157 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	8 585	10 000
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.8	8.9

5560

CJAN-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CJAN-MA
185, du Roi
Asbestos
J1T 1S4
Téléphone: (819) 879-5439
C.P. 57
Édifice Hôtel de Ville
Asbestos
J1T 3M9
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 340Khz
Puissance, jour: 1 000 watts
nuit: 250 watts
En ondes depuis 1972

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Victoriaville Ltée
185, du Roi
Asbestos
J1T 1S4
Téléphone: (819) 879-5439
C.P. 57
Édifice Hôtel de Ville
Asbestos
J1T 3M9

Personnel
Président: François Labbé
Gérant général: Maurice Ross

Réseaux
Réseau des Appalaches
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Robert Daneau
Directeur de l'information: Yves Michaud

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3S 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes nationales: François Bastien
Directeur des ventes locales: Maurice Ross

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 7 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AA	A	B
	$	$	
30 secondes	14.50	12.50	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	17	14.50	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
		Jours	Heures ou classes	
	$			
30 sec. ou moins	13.50	L à S	6h30 — 18h30	10 par sem.
60 sec. ou moins	15.50			

Matériel publicitaire
La station doit recevoir une copie des textes, des instructions et des renseignements.

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées.

Modalités de paiements
Commission d'agence 15%. Aucun escompte au paiement. Aucune commission sur talent, production ou autres frais. Facturation mensuelle et payable sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er février 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
15 secondes	8
30 secondes	10
60 secondes	11.50

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs des programmes et reportages en direct de votre commerce sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Spécial 7 jrs.	30 sec.	135	7		20

Durée	Fréquence				
	25	50	100	200	300
	$	$	$	$	$
15 secondes	6.50	6	5.50	5	4.50
30 secondes	7.75	7.25	6.75	6.50	5.75
60 secondes	9.50	9	8.50	8	7.50

Matériel publicitaire
Pour permettre de donner un meilleur service, les textes publicitaires doivent parvenir à la station au moins 48 heures à l'avance.

Divers
Frais de composition et de reproduction: 3$ pour un texte diffusé moins de 5 fois.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	7 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	342
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.4

5570

CJRS-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJRS-MA
2655, King ouest
Sherbrooke
J1L 1C1
Téléphone: (819) 567-8951
Diffusant en langue française, 24 haures par jour
Fréquence: 1 510Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1967

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJRS Radio Sherbrooke Ltée
2655, King ouest
Sherbrooke
J1L 1C1
Téléphone: (819) 567-8951

Personnel
Président: Jacques Lagassé
Directeur général: Richard Gendron

Réseau
Radiomutuel
Radiomutuel (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes, de l'information et des nouvelles: Jean-Luc Mongrain

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Directeur des ventes: Marcel Lambert

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 9 en vigueur le 30 avril 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	B	B	B	B	B	B	B
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
15h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation dans toutes les classes

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	23	18	16	10
60 secondes	29	23	20	13

Tarifs des annonces éclair de nuit fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande pour les programmes de 5 et 10 minutes et pour les émissions extérieures.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan Nb. d'an. par sem.	Nb. de sem. diff.
		$				
Plan hebdo-madaire	30 sec. ou moins	16 15	L à S	20% AAA 60% AA	10-24 25 et plus	4
Tap	60 sec.	21 20		20% A	10-24 25 et plus	
Plan fin de sem.	30 sec. 60 sec.	15 19	S et D	7h — 19h et répartition égale	10 ou plus	

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
CJRS n'assure pas de reprise pour les occasions manquées dues à une réception tardive du matériel. Le temps non utilisé sera tout de même facturé.
Conforme aux règlements de l'ACR.

Modalités de paiements
Une commission de 15% basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conforme aux règlements de l'ACR. Les factures sont payables en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces éclair. Les émissions réseau auront priorité sur les programmes commandités et les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration.
Conforme aux règlements de l'ACR.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 9 en vigueur le 19 février 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	B	B	B	B	B	B	B
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
15h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation dans toutes les classes.

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	23	18	16	10
60 secondes	29	23	20	13

Les tarifs des annonces éclair de nuit (0h à 5h) sont fournis sur demande.

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs pour les émissions hors-studio sont disponibles sur demande.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan Nb. d'an. par sem.	Nb. de sem. diff.
		$				
Hebdo-madaire	30 sec.	16 15	L à S	20% AAA 60% AA	10-24 25 et plus	4
Tap	60 sec.	21 20		20% A	10-24 25 et plus	
Plan fin de semaine	30 sec. 60 sec.	15 19	S et D	7h à 19h et répartition égale	10 ou plus	

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Toutes les agences de publicité doivent fournir le matériel à l'état final et prêt pour la mise en ondes.

Divers
Les contrats qui concernent des diffusions de 60 secondes ou moins, peuvent se terminer sur avis écrit de 14 jours d'une partie à l'autre. On peut accepter un avis oral à cet effet, si cet avis est confirmé par écrit dans les 7 jours.
Les contrats qui concernent des diffusions de plus de 60 secondes, peuvent se terminer sur avis écrit de 28 jours de l'une ou l'autre des parties.

Advenant que le total des mises en ondes, réparties sur une période de 12 mois à compter de la date d'émission du contrat, ne soit pas respecté, une révision du contrat sera effectuée selon le tarif mérité.

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	70 000	67 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	4 757	3 171
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9,5	7,2

5580

CKTS-MA

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CKTS-MA
25, King ouest
Sherbrooke
J1H 1N4
Téléphone: (819) 563-9090; Télex: 01-8229
Diffusant en langue anglaise, 24 heures par jour
Fréquence: 900Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1946

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-6291

Personnel
Président: André Bureau
Directeur général: Claude Ouellet

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR

Personnel
Directeur des programmes: Ted Silver
Directeur de l'information: Daniel Coulombe

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Sherbrooke

Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Claude Ouellet

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 15 en vigueur le 1er mai 1977

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 12h	A	A	A	A	A	AA	AA
12h — 15h	A	A	A	A	A	A	A
15h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
19h — 23h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe			
	AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	12	10	8	6
60 secondes	14	12	10	8

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Tap.	30 sec.	8	L à V	20% AAA	10 par sem.
	60 sec.	10		30% AA	
				40% A	
				10% B	
Sat.	30 sec.	7	S et D	7h — 18h	10 par fin de semaine
Plan fin de sem.	60 sec.	9			

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et le texte publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation. CKTS n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.
Politique commerciale: 12 minutes par heure, maximum de 2 commerciaux dos-à-dos.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Sherbrooke

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	77 000	93 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 655	5 091
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6,7	7,6

Montreal Montreal metropolitain

5590

CBF-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CBF-MA
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211; Télex: 05-267417
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 690Khz
Puissance, audio: 50 000 watts
En ondes depuis 1937

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Jean Blais

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

Réémetteur

CBFA-MF	92,9Mhz	Obedjiwan
CBFA-MF-1	103,5Mhz	Manouane
CBFG-MF	103,5Mhz	Fort-Georges
CBFM-MF	100,7Mhz	Poste de Mistassini
CBFW-MF	103,5Mhz	Nouveau-Comptoir
CBF-1-MF	100,1Mhz	Trois-Rivières
CBF-MA-1	540Khz	Senneterre
CBF-MA-2	990Khz	Mont-Brun
CBF-MA-3	1 400Khz	Lebel-sur-Quévillon
CBF-MA-4	1 140Khz	Matagami
CBF-MA-5	990Khz	Joutel
CBF-MF-6	93,7Mhz	Lac-Mégantic
CBF-MF-7	100,1Mhz	Radisson
CBF-MF-9	96,3Mhz	Mont-Laurier
CBF-MF-10	101,1Mhz	Sherbrooke
CBF-MF-12	96,5Mhz	Victoriaville
CHLG-MF	100,5Mhz	La Grande 3
CHLG-MF-1	100,1Mhz	La Grande 4
CHLG-MF-2	100,3Mhz	Petite Opinaca
CHLG-MF-3	95,1Mhz	Lac Boyd
CHLG-MF-4	105,1Mhz	Eastmain
CHLG-MF-5	100,1Mhz	Duplanter
CHLG-MF-6	100,5Mhz	Brisay
CHLG-MF-7	95,1Mhz	Campement Fontage
CHLG-MF-8	95,1Mhz	La Grande 1
CHLG-MF-11	90,1Mhz	Asbestos

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, PC, REUTER, UPI, NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Chef de la programmation: Paul-Marie Lapointe
Chef de l'information et des nouvelles: Marc Thibault

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	575 200	575 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	33 600	33 700
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.2	8.1

5600

CBF-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CBF-MF
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211; Télex: 05-267417
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 100,7Mhz
Puissance: 100 000 watts
En ondes depuis 1948

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Jean Blais

Réseau
Radio-Canada (réseau français stéréophonique de radio)

Réémetteur

CBJ-MF	100,9Mhz	Chicoutimi
CBF-MF-1	104,3Mhz	Drummondville
CBV-MF	95,3Mhz	Québec
CJBR-MF	101,5Mhz	Rimouski
CBOF-MF	102,5Mhz	Ottawa

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, PC, REUTER, UPI, NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Paul-Marie Lapointe
Responsable de l'information et des nouvelles: Marc Thibault

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	159 800	167 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	6 666	7 400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.8	5.9

5610

CBM-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CBM-MA
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211; Télex: 05-267417
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue anglaise, 20 heures par jour
Fréquence: 940Khz
Puissance: 50 000 watts
En onde depuis 1936

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Canadian Broadcasting Corporation
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Andrew Simon

Réseau
CBC (réseau anglais de radio)

Réémetteur

CBDN-MA	570Mhz	Schefferville
CBJE-MF	107,9Mhz	Chicoutimi
CBMA-MA	1 450Khz	Noranda
CBMD-MA	1 400Khz	Chapais
CBME-MA	990Khz	La Tuque
CBMF-MA	710Khz	Chibougamau
CBMG-MA	1 400Khz	Gagnon
CBMH-MA	1 230Khz	Gaspé
CBMI-MA	1 140Khz	Baie-Comeau
CBMI-MF	93,7Mhz	Baie-Comeau
CBMJ-MA	1 400Khz	Murdochville
CBMK-MA	1 230Khz	Lebel-sur-Quévillon
CBML-MA	570Khz	Val-d'Or
CBMM-MA	540Khz	Senneterre
CBMN-MA	1 230Khz	Malartic
CBMO-MA	1 240Khz	Lac-Mégantic
CBMP-MF	105,1Mhz	Fort-Georges
CBMQ-MF	105,1Mhz	Fort-Rupert
CBMR-MF	105,1Mhz	Fermont
CBMS-MF	102,7Mhz	Blanc-Sablon
CBMT-MF	101,5Mhz	La Tabatière
CBMU-MF	95,5Mhz	Harrington Harbour
CBMV-MF	95,9Mhz	Old-Fort-Bay
CBMW-MF	105,1Mhz	Nouveau Comptoir
CBMX-MF	102,3Mhz	Saint-Augustin
CBMY-MF	104,3Mhz	Rivière-Saint-Paul
CBMZ-MF	106,9Mhz	Trois-Rivières
CBSE-MF	96,9Mhz	Sept-Îles/Port-Cartier
CBVM-MF	95,3Mhz	Îles-de-la-Madeleine
CBVS-MF	101,5Mhz	Poste-de-Mistassini

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, PC, REUTER, UPI, NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Andrew Simon
Directeur des nouvelles: Bill Akerley
Responsable de l'information: Dona Logan

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	259 500	224 400
Auditoire moyen par ¼ d'heure	18 085	11 028
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.8	6.9

5620

CBM-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CBM-MF
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211, Télex: 05-267417
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue anglaise
Fréquence: 93,5Mhz
Puissance: 24 600 watts
En ondes depuis 1957

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Canadian Broadcasting Corporation
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211

C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Andrew Simon

Réseau
CBC (réseau anglais stéréophonique de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, PC, REUTER, UPI, NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Andrew Simon
Responsable de l'information et des nouvelles: Bill Akerley

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	103 200	81 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	4 643	3 885
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.3	6.8

5630

CFCF-MA

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CFCF-MA
405, avenue Ogilvy
Montréal
H3N 1M4
Téléphone: (514) 273-6311; Télex: 0582-6638
Diffusant en langue anglaise, 24 heures par jour
Fréquence: 600Khz
Puissance: 5 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CFCF Inc.
405, avenue Ogilvy
Montréal
H3N 1M4
Téléphone: (514) 273-6311

Personnel
Président: Jean A. Pouliot
Vice-président exécutif: Donald W. G. Martz

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, AFP, NTR, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Robert Linney
Gérant des nouvelles: Steve Pownall

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul Mulvihill Radio Ltée
1405, Peel, bureau 206
Montréal
H3A 2O6
Téléphone: (514) 849-4101

Personnel
Gérant des ventes publicitaires: Arthur G. Sutherland

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 2 en vigueur le 1er mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion				
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
5h30 — 9h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
9h — 12h	AA	AA	AA	AA	AA
12h — 15h	A	A	A	A	A
15h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 20h	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	88	50	40
60 secondes	125	70	55

First Edition, de 5h à 5h30, du l au v:
30 sec., 22$
60 sec., 30$
Sports Rap, de 22h à 1h du l au v: 60 sec., 70$
Night Talk, de 1h à 5h du m au s:
30 sec., 15$
60 sec., 20$
Montréal Expos Baseball: tarifs fournis sur demande
Montréal Canadiens Hockey: tarifs fournis sur demande.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Satu-	30 sec.	37	S et D	6h — 24h	1 à 9
ration de		33			10 et plus
fin de	60 sec.	55			1 à 9
semaine		47			10 et plus
		prix total			
Ensemble	30 sec.	310		2 AAA	6
de six 1	60 sec.	440		2 AA	
				2 A	
Ensemble	30 sec.	270		1 AAA	6
de six 2	60 sec.	390		3 AA	
				2 A	
Plan	30 sec.	560		5 AAA	10
Rouge 1	60 sec.	800		5 AA	
Plan	30 sec.	460		3 AAA	10
Rouge 2	60 sec.	650		3 AA	
				4 A	
Plan	30 sec.	415		2 AAA	10
Rouge 3	60 sec.	575		2 AA	
				6 A	
Plan	30 sec.	710		5 AAA	15
Blanc 1	60 sec.	1 000		10 AA	
Plan	30 sec.	665		5 AAA	15
Blanc 2	60 sec.	940		5 AA	
				5 A	
Plan	30 sec.	640		10 AA	20
Bleu 1	60 sec.	900		10 A	

Classe	Durée	Fréquence 10 et plus par semaine
		$
AAA	30 sec.	80
	60 sec.	110
AA	30 sec.	45
	60 sec.	60
A	30 sec.	37
	60 sec.	50

26 semaines consécutives: 5%
52 semaines consécutives: 10%
Le tarif revisé s'appliquera si le nombre de messages n'est pas diffusé dans la période prévue.

Modalités de paiements
Escompte de 2% sur comptes payés dans les 12 jours, suivant la date de facturation.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CFCF et CFQR

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	364 200	368 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	21 871	21 143
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.5	8.0

5640

CFGL-MF

BBM/ACRTF

IDENTIFICATION
CFGL-MF
3, Place Laval, bureau 400
Laval
H7N 1A2
Téléphone: (514) 663-7550
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 105,7Mhz
Puissance: 100 000 watts
En ondes depuis 1968

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Stéréo-Laval Inc.
3, Place Laval, bureau 400
Laval
H7N 1A2
Téléphone: (514) 663-7550

Personnel
Président et directeur général: Roland Saucier

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Roland Saucier
Directeur de l'information et des sports: Serge Turgeon

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Impact-FM

Représentant publicitaire
Médiarep Inc.
3, Place Laval, bureau 450
Laval
H7N 1A2
Téléphone: (514) 663-8833
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 600
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Directeur des ventes locales: Jacques Boiteau
Directeur des ventes nationales: Yves Demontigny

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 10 en vigueur le 1er février 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 12h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
12h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	55	50	35
60 secondes	75	70	45

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Satu-	30 sec	45	L à D	30% AAA	15 par sem
ration	60 sec	60		50% AA	
			20% A		

Modalités de paiements
Commission de 15% aux agences reconnues par l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs. Aucune commission pour les « talents ». Facturation mensuelle. Aucun escompte au comptant. L'escompte sur les tarifs bruts pour le nombre de périodes sous contrat ne doit dépasser la durée d'un an.
Les factures sont payables sur réception.

Divers
Tous les messages et émissions doivent se conformer au code d'éthique de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs, aux exigences de la station et aux règlements du CRTC.
L'horaire indiqué est respecté dans une période de 7 jours consécutifs.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Impact-FM

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	379 000	440 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	21 471	24 700
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.9	7.8

5650

CFMB-MA

ACR/ACRTF/CCBA

IDENTIFICATION
CFMB-MA
35, rue York
Westmount
H3Z 2Z5
Téléphone: (514) 483-2362
Station polyglotte, diffusant 24 heures par jour
Fréquence: 1 410Khz
Puissance: 10 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CFMB Ltée
35, rue York
Westmount
H3Z 2Z5
Téléphone: (514) 483-2362

Personnel
Président: Casimir G. Stanczykowski
Directeur général: Georges-André Sisto

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Camillo Lisio
Chef de l'information: André Giroux

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Groupe One Radio Ltd (Est du Canada)
105, rue Carleton, bureau 31
Toronto
M5B 1M2
Téléphone: (416) 977-6772
M. Dave Cole (Montréal)
Téléphone: (514) 483-2362

Personnel
Directeur des ventes: Georges-André Sisto

Tarifs publicitaires
Carte No 12 en vigueur le 1er mars 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
7h — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A
8h — 9h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
9h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
10h — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
12h30 — 17h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AAA
17h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AAA
18h — 22h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
22h — 22h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	AAA
22h30 — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	A	AAA
23h — 24h	AA	AA	AA	AA	AA	A	AA
Autres périodes	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	Classe AA	Classe A
	$	$	$
30 secondes	75	65	50
60 secondes	80	70	55
5 minutes	105	90	65
15 minutes	140	120	80
30 minutes	215	190	110

Équipements techniques
McCurdy, RCA et Ampex. Cet équipement est disponible pour fins d'enregistrement, reproduction, copie de rubans et diffusion. Des rubans cartouches sont aussi disponibles.
Équipement moderne pour usage, partout où il y a des lignes disponibles.

Modalités de paiements
Commission aux agences, 15% sur le tarif de la station à toutes les agences accréditées par l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs. Pas d'escompte sur paiement comptant. Affidavits de transmission fournis. États de compte envoyés mensuellement.
Conditions: factures dues et payables sur réception.
La station opère avec une carte de tarif.

Divers
Toutes les émissions ou annonces doivent être conformes au code d'éthique de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.

Lundi à vendredi	6h	Anglais
	9h	Français
	14h	Français-Italien
	17h	Italien
	18h	Portugais
	19h	Grec (Lundi, Jeudi, Vendredi)
	22h30	Arménien (Mercredi)
	22h30	Chinois (Lundi, Vendredi)
	23h	Roumain (Lundi)
	23h	Ourdou (Mardi)
	23h	Créole (Mercredi)
	23h	Hindi (Jeudi)
	23h15	Hindi (Vendredi)
	23h30	Lithuanien (Mardi)
	23h30	Tchèque (Mercredi)
Samedi	7h	Italien
	9h	Grec
	13h	Ukrainien
	14h	Polonais
	16h	Espagnol
	17h15	Hongrois
	18h	Italien
	20h	Portugais
	21h	Grec
	22h30	Anglais
	23h	Vietnamien
Dimanche	8h	Italien
	12h	Juif-Hébreu
	13h30	Hollandais
	14h	Portugais
	18h	Italien
	20h	Allemand
	21h	Grec
	22h	Arabe
	23h	Arménien
	23h30	Français-Anglais

Traduction gratuite d'annonces commerciales dans 22 langues pour diffusion exclusive à CFMB

5660

CFQR-MF

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CFQR-MF
405, avenue Ogilvy
Montréal
H3N 1M4
Téléphone: (514) 273-6311; Télex: 0582-6638
Diffusant en langue anglaise, 24 heures par jour
Fréquence: 92,5Mhz
Puissance: 41 400 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CFCF Inc.
405, avenue Ogilvy
Montréal
H3N 1M4
Téléphone: (514) 273-6311

Personnel
Président: Jean A. Pouliot
Vice-président exécutif: Donald W. G. Martz

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Ralph Lucas
Gérant des nouvelles: Steve Pownall

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul Mulhivill Radio Ltée
1405, Peel, bureau 206
Montréal
H3A 1S5
Téléphone: (514) 849-4101

Personnel
Gérant des ventes publicitaires: David Middleton

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 14 en vigueur le 1er mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun	Mar.	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 9h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
9h — 22h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
22h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe			
	AAA	AA	A	NUIT
	$	$	$	$
30 secondes	65	45	40	Tarifs sur
60 secondes	85	55	50	demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Satu-	30 sec.	500		5 AAA	10 par sem
ration	60 sec.	650		3 AA	
Hebdo I				2 A	
Satu-	30 sec.	900		11 AAA	20 par sem
ration	60 sec.	1 250		5 AA	
Hebdo II				4 A	

13 semaines consécutives: 5%
26 semaines consécutives: 7,5%
52 semaines consécutives: 10%

Matériel publicitaire
Le contenu de l'émission, l'acceptabilité du produit et le texte commercial sont assujettis à l'approbation du poste. Le contenu de l'émission et le texte commercial doivent être reçu au moins 48 heures, avant la radiodiffusion (samedi, dimanche et jours de fêtes exclus).

Divers
Cette carte de tarifs est publiée comme référence utile et ne doit pas être considérée comme étant une offre. Toutes les données incluses peuvent être modifiées sans préavis.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CFCF et CFQR

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	448 800	522 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	25 871	33 857
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.1	9.1

5670

CHOM-MF

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CHOM-MF
1355, avenue Greene
Montréal
H3Z 2A5
Téléphone: (514) 935-2425. Télex: 05-24827
Diffusant en langue anglaise, 24 heures par jour
Fréquence: 97,7Mhz
Puissance: 41 200 watts
En ondes depuis 1963

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Maisonneuve Broadcasting Corporation Ltd
1310, avenue Greene
Montréal
H3Z 2B5
Téléphone: (514) 931-6251

Personnel
Président: Geoff Stirling
Directeur: John E. MacKey

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Rob Braid
Directeur de l'information H. McLeod

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Directeur des ventes nationales: Tim J. Pratt

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	601 600	612 400
Auditoire moyen par ¼ d'heure	32 200	30 900
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.5	7.1

Personnel
Responsable des programmes et du comité de sélection des émissions: Dorothée Giroux
Responsable de l'information et des nouvelles: Jean Lalonde

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Tarifs d'une annonce

Durée	Tarifs (minimum de 6 annonces)
	$
30 secondes	12
60 secondes	20
120 secondes	28

Escompte

	Fréquence	
Durée	21	96
	$	$
30 secondes	10	8
60 secondes	16	14
120 secondes	22	19

Divers
Les annonces de 120 secondes sont réservées aux promotions de spectacles.
La publicité diffusée sur les ondes de CIBL-MF doit être conforme à notre code d'éthique publicitaire.

5680

CIBL-MF

IDENTIFICATION
CIBL-MF
1691, boul. Pie IX
Montréal
H1V 2C3
Téléphone: (514) 526-1242
Diffusant en langue française, de 7h à 12h30 et de 16h à 22h du lundi au vendredi, de 10h à 22h le samedi et le dimanche
Fréquence: 104,5Mhz
Puissance: 10 watts
En ondes depuis 1980

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par La Radio Communautaire de l'Est Inc.
1691, boul. Pie IX
Montréal
H1V 2C3
Téléphone: (514) 526-1242
(514) 526-1489

Personnel
Président: Pierre Bérubé
Coordonnatrice et trésorière: Marie Johanne Nadeau

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

5690

CINQ-MF

AQRC

IDENTIFICATION
CINQ-MF
3981, boul. Saint-Lambert, 4e étage, bureau 410
Montréal
H2W 1Y5
Téléphone: (514) 288-1601
Station polyglotte
Fréquence: 102,3Mhz
Puissance: 36 watts
En ondes depuis 1975

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Centre-Ville Saint-Louis Inc.
3981, boul. Saint-Laurent, 4e étage, bureau 410
Montréal
H2W 1Y5
Téléphone: (514) 288-1601

Personnel
Président: Amadeo De Mourra
Vice-présidente: Suzanne Perron

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable des programmes, de l'information et des nouvelles: R. Pilon

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Québec

Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: R. Pilon

Tarifs publicitaires nationaux
Carte en vigueur en février 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	17.25

Escompte

Durée	Fréquence 5 à 11	12 et plus
	$	$
30 secondes	14.25	11.50

Divers
Pour les annonces nationales et celles provenant d'agences publicitaires, la commission de l'agence n'est pas comprise.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur en février 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe Pour commanditaires de quartier	Annonces locales des émissions en français et anglais
	$	$
30 secondes	15	10

Les annonces locales sont disponibles aux commanditaires du quartier seulement.

Escompte

Durée	Fréquence 5 à 11	12 et plus	144 à 288
	$	$	$
Pour commanditaires locaux, 30 secondes	12.50	10	7
Annonces locales des émissions françaises et anglaises, 30 secondes	8	7	6

Contrats multilingues

Durée	Fréquence 12	13 à 48	49 et plus
	$	$	$
30 secondes	9.16	8.95	6.95

Contrat annuel: 110$

Divers
Ces taux s'appliquent dans le cas de contrats importants des annonces d'au moins trois langues dont l'une est le français ou l'anglais et où la distribution des différentes langues choisies est équilibrée.
Ces taux sont disponibles aux commanditaires locaux seulement.
CINQ-FM diffuse en français, anglais, grec, portugais, espagnol, chinois et créole.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Québec

5700

CITE-MF

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CITE-MF
1184, Sainte-Catherine ouest
Montréal
H3B 1K1
Téléphone: (514) 866-3741
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 107,3Mhz
Puissance: 100 000 watts
En ondes depuis 1977

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5151

Personnel
Président: Rock Demers
Vice-président et directeur général: Pierre Béland

Réseau
Télémédia
Télémédia (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Jean Archambault
Responsable de l'information et des nouvelles: Pierre Béland

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Vente nationale
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191
Vente locale
Radio Cité
1184, Sainte-Catherine ouest, bureau 500
Montréal
H3B 1K1
Téléphone: (514) 866-3741

Personnel
Responsable des ventes publicitaires nationales: Claude Demers
Responsable des ventes publicitaires locales: Raymond Baril

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er février 1981

Classes de tarifs
Une seule classe du lundi au vendredi

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	42
60 secondes	50

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation. CITE-FM n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR.
Aucune commission sur production, à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	315 700	397 400
Auditoire moyen par ¼ d'heure	18 500	27 771
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.2	10.5

5710

CJAD-MA

BBM/ACR/CCBA

IDENTIFICATION
CJAD-MA
1411, du Fort
Montréal
H3H 2R1
Téléphone: (514) 989-3855
(514) 844-3071
Diffusant en langue anglaise, 24 heures par jour
Fréquence: 800Khz
Puissance: 50 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJAD Ltd.
1411, du Fort
Montréal
H3H 2R1
Téléphone: (514) 989-3855
(514) 844-3071

Personnel
Président: D.H. Hartford
Vice-président et directeur général: W.F. Hambly

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR, PC, SBN, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des nouvelles: Bob Lamle
Directeur de la programmation: Georges Balcan

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Société de Publicité Radio-Télévision SBS Ltée
1440, Sainte-Catherine ouest, bureau 1020
Montréal
H3G 1R8
Téléphone: (514) 861-3473

Personnel
Vice-président et directeur général des ventes: J.B. Bartrem

Tarifs publicitaires
Carte No 38 en vigueur le 1er mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
24h — 6h	Mn	Mn	Mn	Mn	Mn	Mn	Mn
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	Fs
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	Fs	Fs
13h — 16h	B	B	B	B	B	Fs	Fs
16h — 19h	A	A	A	A	A	Fs	Fs
19h — 24h	B	B	B	B	B	Fs	Fs

Diffusion en rotation dans la classe B
Mn: Classe « Montréal la nuit »
Fs: Classe « Fin de semaine »

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	Mn	Fs
	$	$	$	$	$	$
30 secondes	130	85	70	50	50	20
60 secondes	165	110	85	60	60	25

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap 1	30 sec.	68	L à S	20% AAA	10 à 15
		66		10% AA	16 à 20
		64		30% A	21 et plus
				40% B	
	60 sec.	80			10 à 15
		78			16 à 20
		76			21 et plus
Tap 2	30 sec.	60	L à V	10% AA	10 à 15
		58		40% A	16 à 20
		56		50% B	21 et plus
	60 sec.	68			10 à 15
		66			16 à 20
		64			21 et plus
Tap 3	30 sec.	50	S et D	Samedi	10 à 15
		46		10h — 24h	16 à 20
		42		Dimanche	21 et plus
				8h — 24h	
	60 sec.	60			10 à 15
		55			16 à 20
		50			21 et plus

Divers
Les contrats émis avec la carte no 37 seront respectés jusqu'à leur terme. Pour les contrats rédigés après le 1er février 1981, la carte no 37 s'appliquera à toutes les réclames ou diffusions des émissions, jusqu'au 28 février 1981 inclusivement, après quoi la carte no 38 s'appliquera

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	468 100	477 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	30 943	35 570
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9,3	10,4

5720

CJFM-MF

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CJFM-MF
1411, rue du Fort, 3e étage
Montréal
H3H 2N6
Téléphone: (514) 844-0111
Diffusant en langue anglaise, 24h par jour
Fréquence: 95,9Mhz
Puissance: 41 200 watts
En ondes depuis 1962

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJAD LTD.
1411 rue du Fort, 3e étage
Montréal
H3H 2N6
Téléphone: (514) 844-3071

Personnel
Président: D.H. Hartford
Vice-président et directeur général: Peter Shurman

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec
Agence de presse: NTR, PC, SBN, UPI

Personnel
Vice-président à la programmation: Greg Stewart
Directeur de l'information: Robert Joyce

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Société de publicité Radio-Télévision SBS Ltée
1440, Sainte-Catherine ouest, bureau 1020
Montréal
H3G 1R8
Téléphone: (514) 861-3473

Personnel
Vice-président des ventes: Joseph Levy

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 20 en vigueur le 1er mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
1h — 5h	B	B	B	B	B	B	B
5h — 6h	A	A	A	A	A	AA	AA
6h — 7h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
7h — 14h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
14h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
19h — 20h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
20h — 1h	A	A	A	A	A	AA	AA

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	49	40	34	15
60 secondes	60	51	42	20

Tarifs d'un programme selon la classe
Émissions spéciales: tarifs fournis sur demande.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan: Nb d'an. par sem.	Nb. de sem. diff.
		$				
Auditoire maximal	30 sec	40 35	L à V	40% AAA 40% AA 20% A	10	1 à 25 26 à 52
	60 sec	51 45	L à D		10	1 à 25 26 à 52

260 occasions: 5%
520 occasions: 10%
Ne s'applique qu'aux périodes de rotation.
Engagement d'avance requis.
Ne s'applique pas aux occasions déjà diffusées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% du tarif ordinaire est consentie à toutes agences de publicité accréditées par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes, sauf entente contraire. Aucun escompte pour paiement comptant. Affidavits d'exécution sur demande. Paiement en monnaie canadienne.

Équipements techniques
Appareils d'enregistrement et de lecture à cartouche ITC, magnétophones et appareils de lecture stéréophoniques à bobine, plateaux tournants monos et stéréos à 3 vitesses.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.
CJFM se réserve le droit de modifier ses tarifs publicitaires en tout temps, par la publication d'un nouveau tarif. Un nouveau tarif sera publié au moins 30 jours avant son entrée en vigueur.
La carte de tarif no 8 s'applique à toutes les annonces et à tous les programmes diffusés jusqu'au 14 juillet 1980 inclusivement, à condition que les contrats aient été passés après le 15 juin 1980. La carte de tarif no 9 entrera en vigueur le 15 juillet 1980. Les contrats passés avant le 15 juin 1980 seront respectés jusqu'à leur date d'expiration.
Aucun contrat ne sera révisé sans un préavis de deux semaines.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	321 100	306 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	18 171	17 400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.9	7.9

5730

CJMS-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJMS-MA
1700, Berri
Montréal
H2L 4E8
Téléphone: (514) 849-5373; Télex: 05-25185
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 280Khz
Puissance: 50 000 watts
En ondes depuis 1954

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radiodiffusion Mutuelle 1980 Canada Ltée
1700, Berri
Montréal
H2L 4E8
Téléphone: (514) 849-5373

Personnel
Président: Donat Bazinet
Gérant général: Georges Lebel

Réseau
Radiomutuel
Radiomutuel (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, NTR, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des émissions: Jean-Charles Gillot
Coordonnateur de la production: Maurice Bélanger
Directeur de l'information: Pierre Leroux

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Directeur des ventes: James R. Welcher

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 29 en vigueur le 2 mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
15h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe			
	AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	176	148	108	60
60 secondes	220	185	135	75

Tarifs des annonces éclair de nuit, fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande, pour programmes de 5 à 10 minutes et émissions extérieures

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan	
			Jours	Heures ou classes	Nb d'an. par sem.	Nb de sem. diff.
		$				
Hebdomadaire Tap	30 sec. ou moins	136 133	L à V L à S	20% AAA 20% A 60% 10h — 15h	10 à 24 25 et plus	4
	60 sec.	170 166			10 à 24 25 et plus	
Hebdomadaire	30 sec. ou moins	112 109	L à V	10% AAA 60% AA	10 à 24 25 et plus	4
Tap	60 sec.	140 136		10% A 20% B	10 à 24 25 et plus	
Plan fin de sem.	30 sec. ou moins	88 84	S et D	7h — 19h	10 à 24 25 et plus	4
	60 sec.	110 105			10 à 24 25 et plus	

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Conforme aux règlements de l'ACR.
CJMS n'assure pas de reprises pour les occasions manquées, dues à une réception tardive du matériel. Le temps non utilisé sera tout de même facturé

Modalités de paiements
Une commission de 15%, basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conformes aux règlements de l'ACR. Les factures sont payables en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions réseau commanditées auront priorité sur les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Conformes aux règlements de l'ACR.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CJMS et CKMF

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	723 800	745 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	46 614	52 042
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9,0	9,8

5740

CKAC-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKAC-MA
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 730Khz
Puissance: 50 000 watts
En ondes depuis 1922

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CKAC Ltée
Division de Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155

Personnel
Président: André Bureau
Directeur général: Paul-Émile Beaulne

Réseau
Télémédia
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directrice de la programmation: Sylvie Lalande
Directeur de l'information: Pierre Arcand

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-5155

Personnel
Directeur commercial et de la vente publicitaire: Jean Durocher

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 48 en vigueur le 1er novembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven
5h — 5h30	B	B	B	B	B
5h30 — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 17h30	A	A	A	A	A
17h30 — 19h30	A	A	A	A	A
19h30 — 24h	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	180	120	115	60
60 secondes	220	145	140	75

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs pour programmes et pour baseball fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan Nb d'an par sem	Nb de sem diff
		$				
De portée	30 sec	115	L à V	70% AA	10	1 à 26
	60 sec	140	L à V	30% A 7h — 19h		
Saturation fin de semaine	30 sec	110	S et D	Distribution égale 7h — 19h	10 par fin de semaine	
	60 sec	135				

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h, le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation. CKAC n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception des textes seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% sur le temps de la station est consentie à toutes les agences accréditées par l'ACR. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier, au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	998 200	917 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	59 257	60 914
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.3	8.1

5750

CKGM-MA

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CKGM-MA
1310, Greene
Montréal
H3Z 2B5
Téléphone: (514) 931-6251; Télex: 05-24827
Diffusant en langue anglaise, 24 heures par jour
Fréquence: 980Khz
Puissance: 10 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Maisonneuve Broadcasting Corporation Ltd.
1310, Greene
Montréal
H3Z 2B5
Téléphone: (514) 931-6251

Personnel
Président: Geoff Stirling
Directeur général: John E. MacKey

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Reg Jones
Directeur de l'information: Dave Christianson

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Directeur des ventes nationales: Tim J. Pratt
Directeur des ventes régionales: Charlie Conroy

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	526 800	487 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	24 857	20 357
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.9	5.8

5760

CKLM-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKLM-MA
1600, boul. Saint-Martin est
Duvernay, Laval
H7G 4R8
Téléphone: (514) 668-0100
C.P. 1570
Vimont, Ville de Laval
H7M 4B9
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 570Khz
Puissance: 50 000 watts
En ondes depuis 1962

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Les Entreprises Télé-Capitale Ltée
1000, Myrand
Sainte-Foy
G1W 2W3
Téléphone: (418) 688-9330
C.P. 2026
Sainte-Foy
G1K 7N2

Personnel
Président: Wilbrod Bhérer
Directeur général: Robert Lauzon

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Geoffrey O. Brown
Directeur des nouvelles: Guy Mongrain

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur commercial: Marcel Auclair

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 15 en vigueur le 1er août 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
15h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
19h — 24h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	44	40	35
60 secondes	53	48	42

Tarifs d'un programme selon la classe
Concernant les émissions extérieures en direct, les tarifs sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan: Nb d'an. par sem.	Nb. de sem. diff.
		$				
Hebdo-madaire	30 sec.	38	L à V	Distribution garantie	10 à 15	1 à
		35			16 et plus	25
Tap		34		20% 6h — 10h	10 à 15	26 à
1		32		50% 10h — 15h 30% 15h — 19h	16 et plus	52
	60 sec.	45			10 à 15	1 à
		42			16 et plus	25
		41			10 à 15	26 à
		38			16 et plus	52
Hebdo-madaire	30 sec.	34	L à V	Distribution garantie	10 à 15	1 à
		32			16 et plus	25
Tap	31			20% 6h — 10h	10 à 15	26 à
2		29		40% 10h — 15h 20% 15h — 19h 20% 19h — 24h	16 et plus	52
	60 sec	41			10 à 15	1 à
		38			16 et plus	25
		37			10 à 15	26 à
		35			16 et plus	52
Satu-ration	30 sec	33	L à D	Aucune distribution garantie meilleur temps disponible entre 06h à 24h	10 à 15	1 à
		31			16 et plus	25
		30			10 à 15	26 à
		28			16 et plus	52
	60 sec	40			10 à 15	1 à
		37			16 et plus	25
		36			10 à 15	26 à
		34			16 et plus	52

Matériel publicitaire
Tous les textes publicitaires et les instructions pertinentes doivent être livrés au poste dans les 48 heures précédant la première diffusion pour éviter des reprises ou des occasions ratées.

Équipements techniques
Un équipement des plus modernes pouvant être installé selon la disponibilité des lignes téléphoniques.
Trois unités mobiles U.H.F. au sol.

Modalités de paiements
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes.

Conformes aux règlements de l'ACR. Comptes remis chaque mois et payables sur remise de la facture. Aucun escompte pour paiement comptant. Intérêt de 1,5% par mois sur compte passé dû.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces.
CKLM se réserve le droit de modifier ses tarifs publicitaires, moyennant que la nouvelle carte de tarif soit publiée au moins 30 jours avant son entrée en vigueur.
Les contrats passés avant le 1er août 1980 seront respectés jusqu'à leur expiration.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis écrit de 2 semaines est exigible, soit 14 jours de la date d'annulation. Un avis verbal est acceptable, s'il est confirmé par écrit dans les 7 jours suivants.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	348 300	390 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	13 600	15 271
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.5	5.5

5770

CKMF-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKMF-MF
225, Roy est
Montréal
H2W 1M5
Téléphone: (514) 282-3943; Télex: 05-25185
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 94,3Mhz
Puissance: 40 000 watts
En ondes depuis 1964

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Supravox Corporation Ltée
225, Roy est
Montréal
H2W 1M5
Téléphone: (514) 282-3943

Personnel
Président: Donat Bazinet
Directeur général: Yves Guérard

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Michel Daigle
Directeur de l'information: Pierre Leroux

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Directeur des ventes: Jean Sanche

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 13 en vigueur le 2 mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 15h	1	1	1	1	1	1	1
15h — 24h	2	2	2	2	2	2	2

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe 2	1
	$	$
30 secondes ou moins	76	66
60 secondes	95	82

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion — Jours	Répartition de la diffusion — Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Hebdomadaire	30 sec. ou moins	68	L à D	⅓ 6h — 12h	4 consécutives
Tap	60 sec.	85		⅓ 12h — 18h	
				⅓ 18h — 24h	

Modalités de paiements
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité reconnue par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Aucun escompte pour paiement comptant. Les escomptes sur tarif global ne sont accordés que sur contrats d'un an minimum.
Conformes aux règlements de l'ACR. Payables en monnaie canadienne

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC.
Tout commercial à CKMF est sujet à l'approbation du département des programmes. Les commerciaux doivent être conformes aux standards radiophoniques de CKMF.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CJMS et CKMF

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	416 200	496 400
Auditoire moyen par ¼ d'heure	29 428	33 743
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9,9	9,5

5780

CKO-MA

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CKO-MA
203, boul. Hymus
Pointe-Claire
H9R 1G2
Téléphone: (514) 697-1470
C.P. 1470
Pointe-claire
H9R 1E9
Diffusant en langue anglaise, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 1 470Khz
Puissance: 50 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Canada All News Radio Ltd.
65, Adélaide est
Toronto (Ontario)
M5C 1K6
Téléphone: (416) 862-7200

Personnel
Président et directeur général: W. Vern Furber

Réseau
CKO All News Radio Network

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable des programmes, de l'information et des nouvelles: Don Foley

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Gary Greenway

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 5 en vigueur le 1er janvier 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 15h	A	A	A	A	A
15h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	20	18	15
60 secondes	25	22	18

Périodes spécifiques: ajouter 20%

Meilleurs temps disponibles: 30 secondes, 12$
60 secondes, 15$

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap	30 sec. ou moins	15	L à V	⅓ AAA	1 à 20
		14		⅓ AA	21 et plus
				⅓ A	
	60 sec.	20			1 à 20
		18			21 et plus

500 à 1 000 occasions (12 mois): 10%
1 000 occasions et plus (12 mois): 20%

Modalités de paiements
Canada All News Radio Ltd et Canada All News Radio (Québec) Ltd opèrent des stations à Montréal, Toronto, Ottawa, London, Calgary, Vancouver et Edmonton. Il fait crédit aux agences selon les conditions suivantes.
Concernant l'obtention de crédits, il se base sur les informations fournies par le client.
Les factures sont expédiées mensuellement. Les factures indiquent les sommes dues le mois précédent (exemple: les factures de septembre, si reçues après le 1er octobre).
Les factures sont payables sur réception.
Un état de compte sera envoyé mensuellement, indiquant les sommes dues et les paiements réalisés. Veuillez reviser mensuellement vos registres et nous signaler les différends.
Les comptes passés dû depuis 90 jours peuvent entraîner l'annulation de la publicité à diffuser jusqu'à ce que le compte soit entièrement payé.
Les comptes passés dû depuis 120 jours sont envoyés à notre agence de recouvrement.
Un mandat de poste ou un chèque certifié est exigé pour les nouveaux comptes n'ayant pas de crédit à CKO ou pour un compte dont 2 chèques ont été retournés sans provision ou un compte dont plus de 2 arrêts de paiements ont été effectués.
La décision finale relativement au crédit est déterminée par le département de crédit CKO, après discussion avec le directeur des ventes.

Divers
Toute publicité doit être conforme aux conditions prescrites dans les contrats de Canada All News Radio Ltd., aux règlements du CRTC et de l'ACR. Les programmes commandités ont préséance sur les annonces. Le réseau accepte prioritairement les annonces et les programmes.

ESTIMÉS BBM

	Période: Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	65 400	45 700
Auditoire moyen par ¼ d'heur	1 828	1 243
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	3.9	3.8

5790

CKOI-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKOI-MF
211, Gordon
Verdun
H4G 2R2
Téléphone: (514) 769-8585; Télex: 055-60602
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 96,9Mhz
Puissance: 30 700 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Futura Ltée
211, Gordon
Verdun
H4G 2R2
Téléphone: (514) 766-2311

Personnel
Président: Jack Tietolman
Directeur de la station: Maurice Tietolman
Directeur général: Malcolm Scott

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes et de la production: Guy Aubry
Directeur de l'information: Marucchia Kishka

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Personnel
Directrice des ventes: Lise Major
Directeur des ventes nationales: Maurice Tietolman

ESTIMÉS BBM

	Période: Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	300 300	417 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	19 885	15 971
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.1	5.4

5800

CKVL-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKVL-MA
211, Gordon
Verdun
H4G 2R2
Téléphone: (514) 769-8585; Télex: 055-60602
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 850Khz
Puissance, jour: 50 000 watts
nuit: 10 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Futura Ltée
211, Gordon
Verdun
H4G 2R2
Téléphone : (514) 769-2311

Personnel
Président : Jack Tietolman
Gérant général : Malcom Scott
Directeur de la station : Paul Tietolman

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse : UPI (nouvelles et sports)
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes et de l'information : Pierre C. Houde

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone : (514) 861-5654

Personnel
Directeur des ventes nationales : Maurice Tietolman
Directrice de la promotion et de la publicité : Lyse Mailhot

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 30 en vigueur le 1er mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
5h — 6h	B	B	B	B	B	B	B
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
10h — 15h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
15h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	112	100	105	48
60 secondes	140	125	84	60

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap 1	30 sec.	90 84	L à V	40% de 10h — 15h 30% de 6h — 10h 30% de 15 — 19h	10 à 19 20 et plus
	60 sec.	110 104			10 à 19 20 et plus
Tap 2	30 sec.	80 76	L à V	30% de 10h — 15h 30% de 6h — 10h 20% de 15h — 19h 20% de 19h — 24h	14 à 27 28 et plus
	60 sec.	100 95			14 à 27 28 et plus
Tap 3	30 sec.	70 66	S et D	7h — 19h distribution égale	10 à 19 20 et plus
	60 sec.	87 82			10 à 19 20 et plus

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h, le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation. CKVL n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées suite à un délai dans la réception de textes seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR. Aucune commission sur production, à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er avril 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
0h — 5h	E	E	E	E	E	E	E
5h — 6h	D	D	D	D	D	—	—
6h — 7h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B	B
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B	B
10h — 12h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	C	C
12h — 15h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	C	C
15h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	B	B
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	C	D	E
	$	$	$	$	$	$	$
30 secondes	100	85	75	75	90	48	20
60 secondes	125	105	90	90	110	60	25

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs des émissions spéciales sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation 1	30 sec. ou moins	91 82	L à V	6h — 19h distribution égale	10 à 19 20 et plus
	60 sec.	107 96			10 à 19 20 et plus
Saturation 2	30 sec. ou moins	77 69	L à V	6h — 19h distribution égale	10 à 19 20 et plus
	60 sec.	91 82	L à V	6h — 12h	10 à 19 20 et plus
Saturation Fin de semaine	30 sec. ou moins	69 62	S et D	6h — 12h distribution égale	10 à 19 20 et plus
	60 sec.	81 73			10 à 19 20 et plus
Rotation	30 sec. ou moins	59 49	minimum de 6 jrs	75% 6h — 23h59 25% 12h — 23h59	25 à 49 50 et plus

Modalités de paiements
Terme : 2% avant 10 jours
Net 30 jours

Divers
Le tarif revisé s'appliquera si le nombre de message n'est pas diffusé dans la période prévue
Tarifs sur demande pour du placement dans des émissions spécifiques ou à des heures fixes
Concernant les messages en direct, le talent est non compris.

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	656 600	726 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	57 000	56 400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12,2	11,3

Montreal Banlieue Sud de Montreal

5810

CHRS-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CHRS-MA
2019, boul. Taschereau
Longueuil
J4K 2Y1
Téléphone: (514) 674-6238
Diffusant en langue française
Fréquence: 1 090Khz
Puissance: 10 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Rive-Sud (CHRS)Ltée
2019, boul. Taschereau
Longueuil
J4K 2Y1
Téléphone: (514) 674-6238

Personnel
Président et directeur général: Pierre-Paul Elie

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes, de l'information et des sports: Yves Sauvé

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Jean-Guy Berthiaume

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 14 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 10h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
10h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
Après 16h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	Classe A
	$	$
30 secondes	19	16
60 secondes	22	18

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Saturation R.o.s.	30 sec.	17	L à V		10 par sem.
	60 sec.	19			

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû après 30 jours.
Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux réglements du CRTC.
Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	67 500	68 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 685	1 885
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.3	3.9

5820

CIEL-MF

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CIEL-MF
89, Saint-Charles ouest
Longueuil
J4H 1C5
Téléphone: (514) 527-8321

Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence : 98,5Mhz
Puissance : 100 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Stéréo Laval Inc.
89, Saint-Charles ouest
Longueuil
J4H 1C5
Téléphone : (514) 527-8321

Personnel
Président et directeur général : Jean-Pierre Coallier

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse : APS, PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directrice de la programmation : Micheline Ricard
Directeur de l'information et des sports : Jacques Auger

PUBLICITÉ
Groupe commercial : Impact FM

Représentant publicitaire
Mériarep Inc.
3, place Laval, bureau 450
Laval
H7N 1A2
Téléphone : (514) 844-8833
(514) 381-9710
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone : (514) 845-4111

Personnel
Directeur des ventes nationales : Yves Demontigny
Directeur des ventes locales : Jacques Boiteau

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 5 en vigueur le 1er février 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 12h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
12h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	30	30	25
60 secondes	40	40	35

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
		Jours	Heures ou classes	
	$			
30 sec. ou moins	29	L à D	30% AAA 50% A 20% A	15 par sem.
60 sec.	35			

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie aux agences de publicité reconnues par l'ACR. Aucune commission pour les « talents ». Facturation mensuelle. Aucun escompte au comptant. L'escompte sur les tarifs bruts pour le nombre de périodes sous contrat ne doit pas dépasser la durée d'un an.
Les factures sont payables sur réception.

Divers
Tous les messages et émissions doivent se conformer au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la station et aux règlements du CRTC. L'horaire indiqué est respecté dans une période de 7 jours consécutifs.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Impact FM

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	220 800	287 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	8 927	10 628
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.7	5.2

Montreal, Saint-Jean – Valleyfield – Beauharnois

5830

CFLV-MA

ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CFLV-MA
249, Victoria
Valleyfield
J6T 1A9
Téléphone : (514) 373-1370
C.P. 472
Valleyfield
J6S 4V7
Diffusant en langue française, de 6h à 24h du lundi au samedi et de 7h à 24h le dimanche
Fréquence : 1 370Khz
Puissance, jour : 10 000 watts
nuit : 5 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Valleyfield Ltée
249, Victoria
Valleyfield
J6T 1A9
Téléphone : (514) 373-1370
C.P. 472
Valleyfield
J6S 4V7

Personnel
Président : Jean-Pierre Filiatrault
Directeur général : Jean-Claude Lefebvre

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR, PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Yves Boyer
Directeur de l'information et des sports: Rock Magnan

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur commercial: Roger Bélair

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 10 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
7h — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A
8h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA
13h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 18h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA
Autres périodes	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	21	19	17
60 secondes	24	21	20

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs des programmes fournis dur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Nombre d'annonces requis par le plan
		$	
Satu-	30 sec	20	10 par
ration	60 sec	21	semaine

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 11 en vigueur le 1er septembre 1980

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1.5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité reconnue par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis à chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion.

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
13h — 14h	SP	SP	SP	SP	SP	SP	—
14h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
Après 18h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA

SP: classe spéciale

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AAA	AA	SP
	$	$	$
15 secondes	14	11.20	-
30 secondes	18	14.40	14.75
60 secondes	21	16.80	-

Pour diffusion à heures fixes: ajouter 10%
8 secondes: 3,25$ l'unité

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
3 minutes	21
5 minutes	23
10 minutes	34
15 minutes	52
25 minutes	87
55 minutes	150

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
		Jours	Heures ou classes	
	$			
15 sec. ou moins	10	3	80% AAA	15
	6.25	3	20% AA	30
	5.75	4		40
	5	5		50 et plus
30 sec.	16	3		15
	10.50	3		30
	9.50	4		40
	8.50	5		50 et plus

Classe/durée	Fréquence		
	157 à 312	313 à 520	521 et plus
	$	$	
Classe AAA			
15 secondes	12	10	
30 secondes	16	14	
60 secondes	19	16	prix
Classe AA			à
15 secondes	9.60	8	discuter
30 secondes	12.80	11.20	
60 secondes	15.20	12.80	

Durée	Fréquence				
	104	156	208	260	261 et plus
	$	$	$	$	$
30 secondes	13.75	12.75	11.75	10.75	9

Minimum de 6 messages par semaine dans la classe spéciale 8.80$

Modalités de paiements
La taxe de radiodiffusion de 2% doit être ajoutée

Divers
En ce qui concerne la saturation, il n'est pas permis de passer plus de 2 messages à l'heure.
Pour les émissions extérieures (remote) et les émissions en studios, les frais de talent, de production, de lignes de radiodiffusion et de car de reportage, etc., s'ajoutent.
Si le commanditaire désire une production, le coût est de 10$ le message. S'il désire différentes productions, c'est-à-dire plusieurs message différents, il faut compter 5$ le message additionnel.

5840

CHAI-MF

AQRC

IDENTIFICATION
CHAI-MF
25, boul. Saint-Francis
Châteauguay
J6J 1Y2
Téléphone: (514) 692-6043
C.P. 158
Châteauguay
J6J 4Z5
Diffusant en langue française, de 6h30 à 21h tous les jours
Fréquence: 101,9Mhz
Puissance: 50 watts
En ondes depuis 1980

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Communautaire de Châteauguay et de la région
25, boul. Saint-Francis
Châteauguay
J6J 1Y2
Téléphone: (514) 692-6043
C.P. 158
Châteauguay
J6J 4Z5

Personnel
Président: André de Bellefeuille
Directrice générale: Diane Leduc-Jodoin

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Lise Groleau
Responsable de l'information et des nouvelles: Luc Trottier

PUBLICITÉ
Groupe commercial: réseau Québec

Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Michel Gadoua

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 1 en vigueur le 1er décembre 1980

Classes de tarifs
Du lundi au vendredi: classes AAA, AA, A
Le samedi et le dimanche: classe AA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	14	12	10
60 secondes	22	18	16

Annonces extérieures en direct (remote): tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation sur semaine	30 sec. 60 sec.	11,50 17,50	L à V	50% AAA 30% AA 20% A	20 par sem.
Saturation fin de semaine	30 sec. 60 sec.	10 16	S et D	100% AA	16 par fin de semaine

Divers
Frais de production: 5$/30 secondes
7,50$/60 secondes

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Québec

Montréal Granby – Saint-Hyacinthe – Sorel

5850

CHEF-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CHEF-MA
136, Principale
Granby
J2G 2V4
Téléphone: (514) 372-2433
C.P. 249
Granby
J2G 2V4
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 1 450Khz
Puissance, jour: 10 000 watts
nuit: 5 000 watts
En ondes depuis 1946

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Voix de l'Est Ltée
136, Principale
Granby
J2G 2V4
Téléphone: (514) 372-2433
C.P. 249
Granby
J2G 2V4

Personnel
Président et directeur général: Alain Guilbert

Réseau
Télémédia (Baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Pierre Lacouture
Directeur de l'information: André Charbonneau

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Luc Gendreau

Tarifs publicitaires
Carte No 21 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A
10h — 11h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
11h — 11h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
11h30 — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
13h — 13h30	A	A	A	A	A	A	A
13h30 — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
Autres périodes	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	22	19	16
60 secondes	28	23	18

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec ou moins	19	L à D	6h — 24h	10 par sem
60 sec	21			

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence commerciale accréditée. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.
Des frais d'intérêt de 1.5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseau sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	34 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 300
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.2

5860

CJSO-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJSO-MA
59-A, du Prince
Sorel
J3P 4J5
Téléphone: (514) 743-3318
Diffusant en langue française
Fréquence: 1 320 Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1975

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Richelieu (1979) Ltée
59-A, du Prince
Sorel
J3P 4J5
Téléphone: (514) 742-5110

Personnel
Président et directeur général: Pierre Vachon

Réseau
Télémédia (baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR

Personnel
Directeur des programmes: Pierre Vachon
Directeur de l'information: Lorenzo Brouillard

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Inter-Cité

Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Personnel
Directeur de la production commerciale: Jean-Guy Tremblay
Responsable de la vente publicitaire: Pierre Vachon

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 5 en vigueur le 1er septembre 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
8h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
Après 19h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	23.80	21.70	16.80
60 secondes	28.35	25.55	20.65

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
		Jours	Heures ou classes	
	$			
30 sec. ou moins	19.60	L à V ou S et D	7h — 19h	10 par sem.
60 sec.	22.40			

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Inter-Cité

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	48 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 843
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.4

5870

CKBS-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKBS-MA
855, Sainte-Marie
Saint-Hyacinthe
J2S 4R9
Téléphone: (514) 774-6486
Diffusant en langue française, de 6h à 24h du lundi au samedi et de 8h à 24h le dimanche
Fréquence: 1 240Khz
Puissance: 250 watts
En ondes depuis 1959

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Saint-Hyacinthe (1978) Ltée
855, Sainte-Marie
Saint-Hyacinthe
J2S 4R9
Téléphone: (514) 774-6486

Personnel
Président: Pierre Boislard
Vice-président et directeur général: Roger Duceppe

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Richard Loiselle
Directeur de l'information: Jean-Pierre Julien

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 774-6486

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 11 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	A	A	A	A	A	A	—
7h — 8h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	—
8h — 9h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
9h — 11h	A	A	A	A	A	A	A
11h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
13h — 17h	A	A	A	A	A	A	A
17h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AA	A	B
	$	$	$
30 secondes	20	18	12
60 secondes	24	22	15

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
		Jours	Heures ou classes	
	$			
30 sec. ou moins	15 13	Meilleures disponibilités		10 par sem.
60 sec.	18 16			

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucune escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 20 en vigueur le 15 octobre 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
7h — 9h	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA
9h — 12h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
12h — 13h	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA
13h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
18h — 20h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
20h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAAA	AAA	AA	A
	$	$	$	$
15 secondes	11,30	10,30	8,95	6,80
30 secondes	17,20	15,65	13,95	9,35
60 secondes	13,20	18,70	15,40	10,30

Heures fixes: ajouter 15%
Avis de décès: 4,50$
Tarifs coopératives: les tarifs réguliers ci-haut s'appliquent.
Reportage publicitaire en direct à l'extérieur, 90 secondes et minimum de 5 à l'heure: 25$ plus production et ligne de radio.
Organismes sans but lucratif: 6$

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe AAAA	AAA	AA	A
	$	$	$	$
5 minutes	34,20	31,30	27,90	18,70
10 minutes	51,60	46,95	41,85	28,05
15 minutes	68,80	62,60	55,80	27,40
30 minutes	103,20	93,90	83,70	56,10
60 minutes	189,20	172,15	153,45	102,85

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation 1 jour	15 sec.	8	1 jour	20% AAAA	10
	30 sec.	10		40% AAA	
	60 sec.	12		40% AA	
Saturation Hebdomadaire	15 sec.	6	L à V	20% AAAA	50 et plus
	30 sec.	8		40% AAA	
	60 sec.	10		40% AA	
Saturation de fin sem.	15 sec.	4	S et D	20% AAAA	
	30 sec.	6		40% AAA	mininum
	60 sec.	8		40% AA	de 10

Classe/durée	Fréquence 1 à 49	50 à 199	200 à 499	500 et plus
	$	$	$	$
Classe AAAA				
15 secondes	11.30	10.30	8.95	7.40
30 secondes	17.20	15.65	13.45	11.45
60 secondes	20.50	18.70	16.50	14.45
Classe AAA				
15 secondes	10.30	9.40	8.15	6.75
30 secondes	15.65	14.25	12.25	10.40
60 secondes	18.70	17	15	13.15
Classe AA				
15 secondes	8.95	8.15	6.90	5.75
30 secondes	13.95	12.70	11.80	8.90
60 secondes	15.40	14	12.50	11.95
Classe A				
15 secondes	6.80	6.20	5.35	4.35
30 secondes	9.35	8.50	7.55	6.45
60 secondes	10.30	9.40	8.50	7.40

Matériel publicitaire
Les textes doivent être fournis au moins 48 heures à l'avance.

Divers
Tous les programmes et textes commerciaux doivent être en conformité avec le code d'éthique et l'ACR et du CRTC.
Les tarifs réguliers s'appliquent uniquement au temps du poste et ne couvrent pas les cachets, frais de lignes téléphoniques, etc...
Pour bénéficier des tarifs indiqués, il faut atteindre le nombre d'occasions en conséquence.
Les frais de production d'une annonce sont de 5$
Les frais d'enregistrement d'une annonce sont de 6$

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	28 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 528
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7,4

Montreal Laurentides – Lanaudiere

5880

CIME-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CIME-MF
400, boul. Sainte-Adèle
Sainte-Adèle
J0R 1L0
Téléphone: (514) 430-3300
C.P. 1260
Sainte-Adèle
J0R 1L0
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 99,5Mhz
Puissance: 50 000 watts
En ondes depuis 1977

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Diffusion Laurentides Inc.
400, boul. Sainte-Adèle
Sainte-Adèle
J0R 1L0
Téléphone: (514) 430-3300
C.P. 1260
Sainte-Adèle
J0R 1L0

Personnel
Présidente et directrice générale: Colette Chabot

Réseau
Indépendant

Réémetteur
CIME-MF: 104,9Mhz, Val-Morin

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: agence de presse sportive NTR

Personnel
Directrice des programmes: Colette Chabot
Directrice de l'information: Hélène Deslauriers

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Gilles Lajoie

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	A	A	A	A	A	A	A
7h — 9h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
9h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
19h — 21h	A	A	A	A	A	AAA	AAA
21h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Diffusion en rotation dans chaque classe

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	22	18	15
60 secondes	27	22	18

Diffusion à heures fixes: ajouter 15%

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs des programmes sont fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec. ou moins	17	L à V	60% AAA	10 par sem.
60 sec.	21		40% AA	

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% est consentie à toutes les agences de publicité reconnues par l'ACR. Aucune commission allouée sur les frais de talent, sauf si spécifiée. La facturation est expédiée à chaque mois. Aucune réduction en argent. L'escompte d'un contrat donné ne dépasse pas 52 semaines de calendrier.
Termes: les factures doivent être payées sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme aux exigences de la direction du poste, aux règlements du CRTC et au code d'éthique de l'ACR. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	80 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 685
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	4,6

5890

CJLM-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJLM-MA
854, Papineau
Joliette
J6E 2L5
Téléphone: (514) 759-0772
Diffusant en langue française
Fréquence: 1 350Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1960

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Joliette Ltée
854, Papineau
Joliette
J6E 2L5
Téléphone: (514) 759-0772

Personnel
Président: Franklin Delaney
Directeur général: Jean-Pierre Dubois

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Jean-Pierre Dubois
Directeur de l'information: André Nadeau

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Inter-Cité

Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-3654

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Normand Boulay

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er août 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
8h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
Après 19h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	24,38	22,10	17,55
60 secondes	29,25	26,33	21,13

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec.	21,13	L à V ou S et D	7h — 19h	10 par sem.
	60 sec.	24,37			

Matériel publicitaire
Prière de faire parvenir au chef du routage de la station les copies et bandes sonores.

Modalités de paiements
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Les factures sont produites à chaque mois et payables sur réception. Taxe provinciale de 2% applicable sur le temps de poste seulement.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Inter-Cité

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	46 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 900
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.8

5900

CJSA-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CJSA-MA
3, Principale est
Sainte-Agathe-des-Monts
J8C 1J2
Téléphone: (819) 326-1230
Diffusant en langue française, de 6h à 1h tous les jours
Fréquence: 1 230Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1970

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio CJSA Inc.
3, Principale est
Sainte-Agathe-des-Monts
J8C 1J2
Téléphone: (819) 326-1230
(819) 326-0724

Personnel
Président et directeur général: André Senez

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR

Personnel
Directeur de l'information: Gilles Péloquin

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: André Senez

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe: AA	A	B
	$	$	
30 secondes	14	12	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	16	14	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec. ou moins	13	L à S	6h — 19h	10 par sem.
60 sec.	15			

Équipements techniques
Enregistreuses Ampec et Sony
Possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%. Aucun escompte au paiement. Aucune commission sur talent, production ou autres charges. Facturation mensuelle et payable sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires locaux

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 secondes	12	10	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	14	12	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec. ou moins	11	L à S	6h — 18h	10 par sem.
	60 sec.	13			

Équipements techniques
Enregistreuses Ampec et Sony
Possibilité d'émissions en direct, où des lignes peuvent être installées.

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%. Aucun escompte au paiement. Aucune commission sur talent, production ou autres charges. Facturation mensuelle et payable sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	4 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	171
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	4.3

5910

CKML-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKML-MA
515, boul. Paquette
Mont-Laurier
J9L 3H1
Téléphone: (819) 623-1010
C.P. 90
Mont-Laurier
J9L 3H1
Diffusant en langue française, de 6h à 24h du lundi au samedi et de 8h à 24h le dimanche
Fréquence: 610Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1963

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio CKML Inc.
515, boul. Paquette
Mont-Laurier
J9L 3H1
Téléphone: (819) 623-1010
C.P. 90
Mont-Laurier
J9L 3H1

Personnel
Président: Patrick Ryan
Directeur général: André Dumoulin

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)

Réémetteur
CKLR-MA: 1 490 Khz, L'Annonciation

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Robert Meloche
Directeur de l'information: Raymond Couture

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec
Radio Réseau Laurentides

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes: André Dumoulin

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur en janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion: Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 secondes	19,25	12,60	Tarifs fournis sur demande
60 secondes	23,10	19,80	

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec. ou moins	17,60	L à S	6h — 18h	10 par sem.
60 sec.	20,90			

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 14 en vigueur le 1er janvier 1981

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
8 secondes	7,50
15 secondes	11
30 secondes	13
60 secondes	15

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion — Jours	Nombre d'annonces requis par le plan
		$		
Semaine	30 sec.	115	L à V	10
		153,75		15
		247,50		30
		375		50
	60 sec.	145		10
		202,50		15
		360		30
		500		50
Fin de semaine	30 sec.	75		10
		130		20
		220		40
	60 sec.	100		10
		180		20
		300		40

Durée	Fréquence 150	300	500
	$	$	$
8 secondes	6,50	4,75	4
15 secondes	9,50	7,75	5,75
30 secondes	11,50	8,75	7,75
60 secondes	13	10,50	9,75

Modalités de paiements
Intérêt: 1½% après plus de 30 jours

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires des groupes Radio Unie Québec et Radio Réseau Laurentides

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	19 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 685
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12.0

5920

CKSJ-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKSJ-MA
941, Ouimet
Saint-Jovite
J0T 2H0
Téléphone: (819) 425-3782
C.P. 94
Saint-Jovite
J0T 2H0
Diffusant en langue française, de 6h à 24 h du lundi au samedi et de 8h à 24h le dimanche
Fréquence: 1 440Khz
Puissance: 1 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio CKML Inc.
515, boul. Paquette
Mont-Laurier
J9L 3H1
Téléphone: (819) 623-1010
C.P. 90
Mont-Laurier
J9L 3H1

Personnel
Président: Patrick Ryan
Directeur général: André Dumoulin

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Gérard Demers
Directeur de l'information: Alain Bérubé

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie québec
Radio Réseau Laurentides

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes: André Dumoulin

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur en janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 secondes	12,25	10,50	Tarifs fournis
60 secondes	14,70	12,60	sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec. ou moins	11.20	L à S	6h — 18h30	10 par sem.
60 sec.	13.30			

Tarifs publicitaires locaux

Carte No 14 en vigueur le 1er janvier 1981

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
8 secondes	7.50
15 secondes	11
30 secondes	13
60 secondes	15

Tarifs d'un programme selon la classe

Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Semaine	30 sec.	115	L à V		10
		153.75			15
		247.50			30
		375			50
	60 sec.	145			10
		202.50			15
		360			30
		500			50
Fin de semaine	30 sec.	75			10
		130			20
		220			40
	60 sec.	100			10
		180			20
		300			40

Durée	Fréquence 150	300	500
	$	$	$
8 secondes	6.50	4.75	4
15 secondes	9.50	7.75	5.75
30 secondes	11.50	8.75	7.75
60 secondes	15	10.50	9.75

Modalités de paiements

Intérêt: 1½% après plus de 30 jours

Tarifs publicitaires combinés

Voir les tarifs publicitaires des groupes Radio Unie Québec et Radio Réseau Laurentides

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	8 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	314
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.5

Outaouais

5930

CBOF-MA

BBM/ACRTF

IDENTIFICATION
CBOF-MA
Château Laurier, 7e étage
Ottawa
K1Y 1E4
Téléphone: (613) 725-3511
C.P. 3220, Succ. « C »
Ottawa
K1Y 1E4
Diffusant en langue française
Fréquence: 1 250Khz
Puissance: 50 000 watts
En ondes depuis 1964

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

Réémetteur
CBOF-1: 990Khz, Maniwaki

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, PC, REUTER, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Chef des nouvelles: Henri Crusène

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	41 200	28 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 357	1 300
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.1	6.1

5940

CBOF-MF

BBM/ACRTF

IDENTIFICATION
CBOF-MF
Château Laurier, 7e étage
Ottawa
K1Y 1E4
Téléphone: (613) 725-3511
C.P. 3220, Succ. « C
Ottawa
K1Y 1E4
Diffusant en langue française
Fréquence: 102,5Mhz
Puissance: 70 000 watts
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Réseau
Radio-Canada (réseau français stéréophonique de radio)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, PC, REUTER, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Chef des nouvelles: Henri Crusène

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	18 300	14 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	385	457
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	2.9	4.8

5950

CHGA-MF

AQRC

IDENTIFICATION
CHGA-MF
335, rue du Couvent
Maniwaki
J9E 1H5
Téléphone: (819) 449-3959
(819) 449-5590
C.P. 25
Maniwaki
J9E 2J6
Station polyglotte diffusant, de 6h à 24h du lundi au vendredi, de 7h à 3h le samedi, de 8h à 24h le dimanche
Fréquence: 97,3Mhz
Puissance: 2 877 watts
En ondes depuis 1980

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Radio Communautaire FM de la Haute-Gatineau Inc
335, rue du Couvent
Maniwaki
J9E 1H5
Téléphone: (819) 449-3959
C.P. 25
Maniwaki
J9E 2J6

Personnel
Président: Fernand Lirette
Directeur général: Roger Nolan

Réseau
Radiomutuel (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: Agence de nouvelles Mutuelle

Personnel
Responsable de la programmation: Roger Nolan
Responsable de l'information et des nouvelles: Georges Lafontaine

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Québec

Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Responsable des ventes: Wilbrod Jolivette

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 1 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 15h	A	A	A	A	A	AA	AA
15h — 20h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
20h — 24h	A	A	A	A	A	AA	AA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	15	12	10
60 secondes	20	15	12

Modalités de paiements
Une commission de 15% est versée à toutes les agences de publicité reconnue, après déduction des rabais consentis. Pas de commissions aux artistes, à moins d'un arrangement spécial.
Les factures sont envoyées mensuellement.
Aucun rabais.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 1 en vigueur le 1er août 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 20h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
20h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
15 secondes	8.35	7.35	6.35
30 secondes	10.90	9.90	8.90
60 secondes	12.40	11.40	10.40

Annonces extérieures (remote): tarifs fournis sur demande
Signal horaire: 5$
Objets perdus: 2$
Organisme à but non lucratif: prix à discuter

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation semaine	30 sec.	9	L à D		10
		7.90			15
		6.50			30
		5.75			50
	60 sec.	11			10
		10.50			15
		9			30
		7.50			50
Saturation fin de semaine	30 sec.	6	S et D		10
		5.50			20
		7.90			40
	60 sec.	7.50			10
		7			20
		6			40

Classe	Durée	Fréquence 150	300	500
		$	$	$
AAA	15 secondes	6.90	5.65	4.90
	30 secondes	9.35	6.50	5.95
	60 secondes	10.80	8.50	7.35
AA	15 secondes	5.90	4.65	3.90
	30 secondes	8.35	5.50	4.95
	60 secondes	9.80	7.50	6.35
A	15 secondes	4.90	3.65	3.00
	30 secondes	7.35	4.80	4.10
	60 secondes	8.80	6.50	5.50

Modalités de paiements
Intérêt: 2% sur tout compte passé dû, après 30 jours

Divers
Frais de production: 5$ par texte

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Québec

5960

CHIP-MF

AQRC

IDENTIFICATION
CHIP-MF
Rue Romain
Fort-Coulonge
J0X 1V0
Téléphone: (819) 683-3155
C.P. 820
Fort-Coulonge
J0X 1V0
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 101,5Mhz
Puissance: 3 185 watts
En ondes depuis 1981

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Radio du Pontiac Inc.
Rue Romain
Fort-Coulonge
J0X 1V0
Téléphone: (819) 683-3155
C.P. 820
Fort Coulonge
J0X 1V0

Personnel
Président: André Bellerose
Directeur général: Louis Landry

Réseau
Indépendant

Réémetteur
CHIP-MF-1: 107,5Mhz, Rapides-des-Joachims
CHIP-MF-2: 94,5Mhz, Chapeau

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC

Personnel
Responsable de la programmation: Gérard Bilodeau
Responsable de l'information et des nouvelles: Denis Beaupré

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Responsable des ventes locales: Robert Bertrand

Tarifs publicitaires
Carte en vigueur le 9 mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	A	A	A	A	A	A	A
13h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	$
30 secondes	18	16	14
60 secondes	22	20	18

5970

CIMF-MF

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CIMF-MF
150, rue Edmonton
Parc Industriel Richelieu
Hull
J8Y 3S6
Téléphone : (819) 770-2463
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence : 94,9Mhz
Puissance : 74 000 watts
En ondes depuis 1970

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CIMF-FM
150, rue Edmonton
Hull
J8Y 3S6
Téléphone : (819) 770-2463

Personnel
Président : André Bureau
Directeur général : Jean de la Durantaye

Réseau
Télémédia

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse : NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes : François Gascon
Directeur de l'information : André Chevalier

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone : (514) 845-8191

Personnel
Responsable de la vente publicitaire : Jean de la Durantaye

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 31 en vigueur le 1er février 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 19h	Une seule classe						

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée		
	Une seule classe	
	$	
30 secondes	13.05	(moyenne des 4 classes de la carte CIMF et CKCH)
60 secondes	15.90	(moyenne des 4 classes de la carte CIMF et CKCH)

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap	30 sec	13.20	L à V	7h — 19h	10 par sem
	60 sec	16.20			
Satu-	30 sec	11.40	S et D		10 par sem
ration	60 sec	13.80			
Fin de sem					

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h, le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter les retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation.

Équipements techniques
Diffusion en direct de l'extérieur : unités mobiles équipées et identifiées

Modalités de paiements
Une commission de 15% sur le temps de la station est versée à toutes les agences accréditées par l'Association canadienne des Radiodiffuseurs. Aucune commission sur production, à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant. Comptes payables sur réception. Paiements en devises canadiennes.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.
La station se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de deux semaines est exigible. Toute commande de diffusion qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier dans la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CIMF et CKCH.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	93 000	126 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	4 700	8 057
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.1	8.9

5980

CJLA-MA

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CJLA-MA
385, Principale
Lachute
J8H 1Y1
Téléphone: (514) 562-8862
Diffusant en langue française, de 6h à 24h tous les jours
Fréquence: 630Khz
Puissance: 500 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Lachute (1980) Inc.
385, Principale
Lachute
J8H 1Y1
Téléphone: (514) 562-8862

Personnel
Président et directeur général: Guy Vaillancourt

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Guy Vaillancourt
Directeur de l'information: Benoît Bourguignon

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Lionel Bourque

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 5 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
8h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Diffusion en rotation dans la classe AAA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	16	15	12
60 secondes	18	17	14

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec	14	L à V	6h — 19h	10
	60 sec	16			

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 6 en vigueur le 1er avril 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 7h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	A
10h — 12h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
12h — 14h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
14h — 17h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
17h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
Après 19h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
8 secondes	7	6	—
15 secondes	11	9	—
30 secondes	12	10	7
60 secondes	16	14	9

Classe A: minimum de 10 messages
Message à caractère politique: tarif national
Tarif national: tarif de 60 secondes

Escompte

Classe	Durée	Fréquence 53 à 104	105 à 156	157 et plus
		$	$	$
AAA	8 secondes	7	6	4.50
	15 secondes	10	9	8.50
	30 secondes	11	10	9.50
	60 secondes	14	13	12
AA	8 secondes	5	4	3.50
	15 secondes	8	7	6.50
	30 secondes	9	8.50	8
	60 secondes	13	12	11

Organisme sans but lucratif: demi-tarif
Soirée: tarifs spéciaux pour 6 mois

Modalités de paiements
Des frais d'administration de 2% par mois, 24% par année sont ajoutés sur les factures passées dues.
Une taxe provinciale de 2% s'applique sur tous les messages publicitaires.

F4

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.
Coût d'enregistrement: 5$ par contrat

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	17 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	728
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.2

5990

CJRC-MA

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CJRC-MA
681, chemin Belfast
Ottawa (Ontario)
K1G 0Z4
Téléphone: (613) 237-7100
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 150Khz
Puissance, jour: 50 000 watts
nuit: 5 000 watts
En ondes depuis 1968

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJRC Radio Capitale Ltée
681, chemin Belfast
Ottawa (Ontario)
K1G 0Z4
Téléphone: (613) 237-7100

Personnel
Président: Marcel Joyal
Directeur général: Marc Lavoie

Réseau
Radiomutuel
Radiomutuel (nouvelles)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: UPI (Sports)

Personnel
Responsable de la programmation: Ninon Charron
Responsable de l'information et des nouvelles: Pierre Donais

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Directeur des ventes: Marc Rouleau

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 11 en vigueur le 1er janvier 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer	Jeu	Ven	Sam.	Dim
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 19h	A	A	A	A	A	AA	AA
19h — 1h59	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation
Choix d'heures le samedi et le dimanche dans la classe AA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	30	26	21	12
60 secondes	38	33	26	16

Tarifs annonces éclair de nuit fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande pour programmes de 5 et 10 minutes et pour les émissions extérieures

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan nb d'an par sem	nb de sem diff
		$				
Efficacité	30 sec	24	L à V	20% AAA	10 à 24	
		23		20% AAA	25 et plus	4
Hebdomadaire 1	60 sec	31	L à S	60% de 10h — 15h	10 à 24	
		30			25 et plus	
Efficacité	30 sec	20	L à V	10% AAA	10 à 24	
		19		60% AA	25 et plus	4
Hebdomadaire 2	60 sec	26		10% A	10 à 24	
		25		20% B	25 et plus	
Plan fin de sem	30 sec	18	S et D	Répartition égale de 7h — 19h	10 à 24	
		17			25 et plus	
	60 sec	23			10 à 24	
		22			25 et plus	

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter de remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Conforme aux règlements de l'ACR.
CJRC n'assure pas de reprises pour les occasions manquées, dues à une réception tardive du matériel.
Le temps non utilisé sera tout de même facturé.

Modalités de paiements
Une commission de 15% basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conditions conformes aux règlements de l'ACR. Les comptes sont payables en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions réseau commanditées auront priorité sur les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et les émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Délais, changements ou annulations de contrats conformes aux règlements de l'ACR.

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	140 400	122 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	7 714	7 385
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.7	8.5

6000

CKCH-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKCH-MA
72, Laval
Hull
J8X 3H3
Téléphone: (819) 777-2771
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 970Khz
Puissance: 10 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5151

Personnel
Président: André Bureau
Directeur général: Marc Paris

Réseau
Télémédia
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Yvon Fortin
Directeur de l'information: André Chevalier

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Directeur commercial: Richard Poulin

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 31 en vigueur le 1er février 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion				
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 19h	A	A	A	A	A
19h — 24h	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe			
	AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	20.50	16.80	14.70	9.10
60 secondes	25.20	21	17.50	10.50

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Tap	30 sec. 60 sec.	15.40 18.90	L à V	20% AAA 50% AA 20% A 10% B	10 par semaine
Satu-ration Fin de semaine	30 sec. 60 sec.	13.30 16.10	S et D		10 par fin de semaine

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter les retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation.

Équipements techniques
Diffusion en direct de l'extérieur: unités mobiles équipées et identifiées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR. Aucune commission sur production, à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant. Comptes payables sur réception. Paiements en monnaie canadienne.

Divers
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de deux semaines est exigible. Toute commande de diffusion qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.
La station se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 23 en vigueur le 1er avril 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	A	A	A	A	A	A	A
10h — 15h	C	C	C	C	C	C	C
15h — 19h	B	B	B	B	B	B	B
19h — 24h	D	D	D	D	D	D	D

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe			
	A	B	C	D
	$	$	$	$
30 secondes	25	22	20	14
60 secondes	30	26	24	18

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs de nuit, des bulletins de nouvelles, des émissions extérieures et du baseball sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion — Jours	Répartition de la diffusion — Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Portée garantie	30 sec. 60 sec.	21 25	L à V	30% A 30% B 40% C	10 par semaine
Fin de semaine	30 sec. 60 sec.	19 23	S et D	7h — 19h	

Divers
Réajustement de tarifs, si la fréquence n'est pas respectée.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CIMF et CKCH

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	99 000	98 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	4 242	4 400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6	7.4

6010

CKMG-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKMG-MA
161, Commerciale
Maniwaki
J9E 1P1
Téléphone: (819) 449-1212
Diffusant en langue française, de 6h à 24h du lundi au samedi et de 8h à 24h le dimanche
Fréquence: 1 340Khz
Puissance: 1 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio CKML Inc.
515, boul. Paquette
Mont-Laurier
J9L 3H1
Téléphone: (819) 623-1010
C.P. 90
Mont-Laurier
J9L 3H1

Personnel
Président: Patrick Ryan
Directeur général: André Dumoulin

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur de la programmation: Robert Meloche
Directeur de l'information et des nouvelles: Raymond Couture

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec
Radio Réseau Laurentides

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Directeur des ventes: André Dumoulin

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur en janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion — Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 9h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
9h30 — 12h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
12h30 — 15h30	A	A	A	A	A	A	A
15h30 — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 sec. ou moins	12.25	10.50	Tarifs fournis sur demande
60 sec.	14.70	12.60	

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion — Jours	Répartition de la diffusion — Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec. ou moins	11.20	L à S	6h — 18h30	10 par semaine
	60 sec.	13.30			

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 14 en vigueur le 1er janvier 1981

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
8 secondes	7.50
15 secondes	11
30 secondes	13
60 secondes	15

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion — Jours	Répartition de la diffusion — Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Semaine	30 sec.	115	L à V		10
		153.75			15
		247.50			30
		375			50
	60 sec.	145			10
		202.50			15
		360			30
		500			50
Fin de semaine	30 sec.	75	S et D		10
		130			20
		220			40
	60 sec.	100			10
		180			20
		300			40

Durée	Fréquence 150	300	500
	$	$	$
8 secondes	6.50	4.75	4
15 secondes	9.50	7.75	5.75
30 secondes	11.50	8.75	7.75
60 secondes	13	10.50	9.75

Modalités de paiements
Intérêt: 1½% après plus de 30 jours

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires des groupes Radio Unie Québec et Radio Réseau Laurentides

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	5 900
Auditoire moyen par ¼ d'heure	300
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.5

Nord-Ouest

6020

CHAD-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CHAD-MA
69, 1re Avenue ouest
Amos
J9T 1T7
Téléphone: (819) 732-3411; Télex: 057-46520
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 340Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1941

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Nord Inc.
380, Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9X 5C2

Personnel
Président: Alain Gourd
Vice-président et directeur général: Yvon Larivière

Réseaux
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Raymond Provost
Directeur de l'information et des sports: Yvon Larivière

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Radio Nord

Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Michel Bolduc

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu	Ven.	Sam.	Dim.
	Jour de diffusion						
6h30 — 7h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	C
7h — 9h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B
9h30 — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	B
13h — 15h30	B	B	B	B	B	B	B
15h30 — 18h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	17.50	15	12.50	8.50	7.50
60 secondes	21.50	18.50	15.50	10.50	9.50

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes
		$		
Saturation	20 et 30 sec.	210	Entre 3 et 5	6h — 18h
	20 et 30 sec.	150		13h — 18h

Classe	Durée	Fréquence 25-99	100-199	200-299	300-399	400-499	500 et plus
		$	$	$	$	$	$
AAA	30 sec.	17.25	17	16.75	16.50	16.25	16
	60 sec.	21.25	21	20.75	20.50	20	19.75
AA	30 sec.	14.75	14.50	14.25	14	13.75	13.50
	60 sec.	18.25	18	17.75	17.50	17.25	17
A	30 sec.	12.25	12	11.75	11.50	11.25	11
	60 sec.	15.75	15	14.75	14.50	14.25	14
B	30 sec.	8.25	8	7.75	7.50	7.25	7
	60 sec.	10.25	10	9.75	9.50	9.25	9
C	30 sec.	7.25	7	6.75	6.50	6.25	6
	60 sec.	9.25	9	8.75	8.50	8.25	8

Modalités de paiements
Des frais d'administration de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 60 jours. Le client s'engage à payer les frais de perception, s'il y a lieu

Divers
Les frais de production pourront être changés à 30 jours d'avis.
Les tarifs et/ou les catégories peuvent être changés à 30 jours d'avis
Fréquence: excluant les plans de saturation

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Radio Nord

6030

CHLM-MF

ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CHLM-MF
380, Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741; Télex: 057-46526
C.P. 70
Rouyn
J9X 5C2
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 96,5Mhz
Puissance: 51 000 watts
En ondes depuis 1979

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Nord Inc.
380, Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9X 5C2

Personnel
Président: Alain Gourd
Vice-président et directeur général: Yvon Larivière

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

Réémetteur
CHLM-MF-1 103,5Mhz Lithium Mines (Val-d'Or)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Raymond Provost
Directeur de l'information: Yvon Larivière

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicorn Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Vice-président des ventes nationales: Yvon Larivière
Directeur des ventes locales: Jean-Guy Veillette

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 2 en vigueur le 1er mai 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	Classe A
	$	$
30 secondes	20	17
60 secondes	26	23

Pour des périodes fixes, il faut ajouter 20% à ces tarifs.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec	12	L à D	6h — 24h, en rotation dans chaque classe	10 par semaine
	60 sec	16			

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie aux agences reconnues par l'ACR. Aucune réduction ne sera accordée sur paiement comptant. Aucune commission sur les cachets et sur la production des émissions, à moins d'entente préalable. Les factures sont émises chaque mois et payables sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, auc exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces sélectives. La durée d'un contrat ne devra pas dépasser un an.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
0h — 6h	B	B	B	B	B	B	B
6h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Période	Classe AA	Classe A	Classe B
		$	$	$
30 sec	période variable	17	14.50	12
	période fixe	20.40	17.40	14.40
60 sec	période variable	22	19.50	17
	période fixe	26.40	23.40	20.40

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation	30 sec	120	L à D	6h — 24h diffusion en rotation	10 par semaine
	60 sec	160			

Modalités de paiements
Des frais d'administration de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 60 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Les tarifs de production seront fournis sur demande.
Les tarifs et/ou les catégories peuvent être changés à 30 jours d'avis.

6040

CIBO-MF

AQRC

IDENTIFICATION
CIBO-MF
291, 4e Rue
Senneterre
J0Y 2M0
Téléphone: (819) 737-8882
C.P. 1150
Senneterre
J0Y 2M0
Diffusant en langue française et amérindienne, de 6h45 à 12h30 et de 17h30 à 22h du mardi au vendredi,
de 10h30 à 18h30 le samedi et
de 12h à 17h le dimanche
Fréquence: 100,5Mhz
Puissance: 50 watts
En ondes depuis 1981

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Radio Communautaire MF de Senneterre Inc.
291, 4e Rue
Senneterre
J0Y 2M0
Téléphone: (819) 737-8882
C.P. 1150
Senneterre
J0Y 2M0

Personnel
Président: François Martel
Responsable: Michel Lamarche

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Responsable du comité de programmation: Michel Lamarche
Responsable de l'information et des nouvelles: Stéphane Saddier

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 14h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
14h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	15	12	11
60 secondes	20	15	13

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Satu-	30 sec.	13		50% AAA	10
ration	60 sec.	16,50		50% AA	

50 et plus: 5%
100 et plus: 7,5%
300 et plus: 10%

6050

CIRC-MF

AQRC

IDENTIFICATION
CIRC-MF
20, Reilley est
Rouyn
J9X 3N9
Téléphone: (819) 764-9505
C.P. 303
Rouyn
J9X 5C3
Diffusant en langue française, de 6h30 à 22h tous les jours
Fréquence: 88,7Mhz
Puissance: 4 800 watts
En ondes depuis 1978

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par La Radio communautaire de Rouyn-Noranda Inc.
C.P. 303
Rouyn
J9X 5C3
Téléphone: (819) 764-9505

Personnel
Président: Benoît Gourd
Coordonnateur: Charles Cloutier

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Denis Paquet
Responsable de l'information: Robert Payeur

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Québec

Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Responsable de la publicité: Ghislaine Hébert

Tarifs publicitaires nationaux
Carte de tarif no 2 en vigueur le 1er avril 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	15
60 secondes	20

Modalités de paiements
Une commission de 15% sera versée à toutes les agences de publicité reconnues. Pas de commission pour les artistes, à moins d'un arrangement spécial. Aucun rabais.

Divers
CIRC-MF est incorporé selon la troisième partie de la Loi des compagnies du Québec et sa programmation est d'expression française.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Québec.

6060

CKLS-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKLS-MA
122, 5e Avenue est
La Sarre
J9Z 2Y1
Téléphone: (819) 333-5505; Télex: 057-46526
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 240Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1950

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Nord Inc.
380, Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9X 5C2

Personnel
Président: Alain Gourd
Vice-président et directeur général: Yvon Larivière

Réseaux
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Raymond Provost
Directeur de l'information et des sports: Yvon Larivière

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Radio Nord

Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Jean-Claude Bouchard

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 7h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	C
7h — 9h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B
9h30 — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	B
13h — 15h30	B	B	B	B	B	B	B
15h30 — 18h	A	A	A	A	A	A	B
Autres périodes	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe				
	AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	17.50	15	12.50	8.50	7.50
60 secondes	21.50	18.50	15.50	10.50	9.50

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion	
			Jours	Heures ou classes
		$		
Saturation	20 et 30 sec	210	Entre 3 et 5	6h — 18h

Classe	Durée	Fréquence					
		25-99	100-199	200-299	300-399	400-499	500 et plus
		$	$	$	$		
AAA	30 sec	17.25	17	16.75	16.50	16.25	16
	60 sec	21.25	21	20.75	20.50	20	19.75
AA	30 sec	14.75	14.50	14.25	14	13.75	13.50
	60 sec	18.25	18	17.75	17.50	17.25	17
A	30 sec	12.25	12	11.75	11.50	11.25	11
	60 sec	15.25	15	14.75	14.50	14.25	14
B	30 sec	8.25	8	7.75	7.50	7.25	7
	60 sec	10.25	10	9.75	9.50	9.25	9
C	30 sec	7.25	7	6.75	6.50	6.25	6
	60 sec	9.25	9	8.75	8.50	8.25	8

Modalités de paiements
Des frais d'administration de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 60 jours. Le client s'engage à payer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Les frais de production pourront être changés à 30 jours d'avis.
Les tarifs et/ou les catégories peuvent être changés à 30 jours d'avis.
Fréquence: excluant les plans de saturation

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Radio Nord

6070

CKRN-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKRN-MA
380, avenue Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741; Télex: 057-46526
C.P. 70
Rouyn
J9X 5C2
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 1 400Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1939

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Nord Inc.
380, avenue Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9X 5C2

Personnel
Président: Alain Gourd
Vice-président et directeur général: Yvon Larivière

Réseaux
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Raymond Provost
Directeur de l'information: Yvon Larivière

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Radio Nord

Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Jean-Guy Veillette

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 7h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	C
7h — 9h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B
9h30 — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	B
13h — 15h30	B	B	B	B	B	B	B
15h30 — 18h	A	A	A	A	A	A	B
Autres périodes	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe				
	AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	21	18	16	11.50	9.50
60 secondes	26.50	22.50	20	14.50	12

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion	
			Jours	Heures ou classes
		$		
Saturation	20 et 30 sec.	250	Entre 3 et 5	6h — 18h
	20 et 30 sec.	185		13h — 18h

Classe	Durée	Fréquence					
		25-99	100-199	200-299	300-399	400-499	500 et plus
		$	$	$	$		
AAA	30 sec.	20.75	20.50	20.25	20	19.75	19.50
	60 sec.	26.25	26	25.50	25	24.75	24.50
AA	30 sec.	17.75	17.50	17.25	17	16.75	16.50
	60 sec.	22.25	22	21.75	21.50	21	20.75
A	30 sec.	15.75	15.50	15.25	15	14.75	14.50
	60 sec.	19.75	19.50	19.25	19	18.75	18.25
B	30 sec.	11.25	11	10.75	10.50	10.25	10
	60 sec.	14.25	14	13.75	13.50	13.25	13
C	30 sec.	9.25	9	8.75	8.50	8.25	8
	60 sec.	11.25	11.50	11.25	11	10.75	10.50

Modalités de paiements
Des frais d'administration de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 60 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Les frais de production pourront être changés à 30 jours d'avis
Les tarifs et/ou les catégories peuvent être changés à 30 jours d'avis
Fréquence: excluant les plans de saturation

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Radio Nord

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	115 500	105 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	12 514	12 071
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	15.1	16.0

Précisions: incluant les estimés de CHAD, Amos, CKLS, La Sarre, CKVD, Val d'Or qui forment le réseau Radio Nord.

6080

CKVD-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKVD-MA
1147, 3e Rue
Val-d'Or
J3P 4B2
Téléphone: (819) 824-3640; Télex: 057-46526
C.P. 758
Val-d'Or
J9X 4P8
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 900Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1941

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Nord Inc.
380, avenue Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9X 5C2

Personnel
Président: Alain Gourd
Vice-président et directeur général: Yvon Larivière

Réseaux
Radio-Canada (réseau français de radio)
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Raymond Provost
Directeur de l'information et des sports: Yvon Larivière

PUBLICITÉ
Groupe commercial: réseau Radio Nord

Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes nationales: Yvon Larivière
Directeur des ventes locales: Gilles Veillette

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 7h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	C
7h — 9h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B
9h30 — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	B
13h — 15h30	B	B	B	B	B	B	B
15h30 — 18h	A	A	A	A	A	A	B
Autres périodes	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe				
	AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	21	18	16	11,50	9,50
60 secondes	26,50	22,50	20	14,50	12

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion	
			Jours	Heures ou classes
		$		
Saturation	20 et 30 sec.	250	Entre 3 et 5	6h — 18h
	20 et 30 sec.	185		13h — 18h

Classe	Durée	Fréquence					
		25-99	100-199	200-299	300-399	400-499	500 et plus
		$	$	$	$		
AAA	30 sec.	20,75	20,50	20,25	20	19,75	19,50
	60 sec.	26,25	26	25,50	25	24,75	24,50
AA	30 sec.	17,75	17,50	17,25	17	16,75	16,50
	60 sec.	22,25	22	21,75	21,50	21	20,75
A	30 sec.	15,75	15,50	15,25	15	14,75	14,50
	60 sec.	19,75	19,50	19,25	19	18,75	18,25
B	30 sec.	11,25	11	10,75	10,50	10,25	10
	60 sec.	14,25	14	13,75	13,50	13,25	13
C	30 sec.	9,25	9	8,75	8,50	8,25	8
	60 sec.	11,75	11,50	11,25	11	10,75	10,50

Modalités de paiements
Des frais d'administration de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 60 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Les frais de production pourront être changés à 30 jours d'avis
Les tarifs et/ou les catégories peuvent être changés à 30 jours d'avis
Fréquence: excluant les plans de saturation

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Radio Nord

6090

CKVM-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKVM-MA
62, Sainte-Anne
Ville-Marie
J0Z 3W0
Téléphone: (819) 629-2710
C.P. 3000
Ville-Marie
J0Z 3W0
Diffusant en langue française, de 6h à 24h du lundi au vendredi de 8h à 24h le samedi et le dimanche
Fréquence: 710Khz
Puissance: 10 000 watts
En ondes depuis 1950

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Témiscaming Inc.
62, Sainte-Anne
Ville-Marie
J0Z 3W0
Téléphone: (819) 692-2710
C.P. 3000
Ville-Marie
J0Z 3W0

Personnel
Président: Hervé Leblanc
Directeur général: Yvon Larivière
Gérant: C.E. Laverdière

Réseau
Radio-Canada (réseau français de radio)

Réémetteur
CKVT-MA: 1 340Khz, Témiscaming

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Yvon Larivière
Responsable de l'information et des nouvelles: Fernand Saint-Georges

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Raynald Dénommée

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 13 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AA	A	B
	$	$	
30 sec. ou moins	15	13	Tarifs fournis sur demande
60 sec.	17	15	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Saturation	30 sec. ou moins	14	L à S	6h — 19h	10 par sem.
	60 sec.	16			

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées.

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%
Aucun escompte au paiement.
Aucune escompte sur talent, production ou autres charges.
Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée du contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	14 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 328
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12.7

Cote-Nord et Nouveau-Québec

6100

CFJO

AQRC

IDENTIFICATION
CFJO-MF
C.P. 70
Gagnon
G0G 1K0
Téléphone: (418) 532-6385
Diffusant en langue française
Fréquence: 104,1Mhz

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Radio communautaire de Gagnon Inc.
C.P. 70
Gagnon
G0G 1K0
Téléphone: (418) 532-6385

Personnel
Directeur du conseil d'administration: Sylvain Gagnon
Directeur: Gaston Isabel

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Clermont Tremblay

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Québec

Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée.
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Responsable des ventes: Marise Tardif

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Québec

6110

CFMF-MF

AQRC

IDENTIFICATION
CFMF-MF
Place Daviault
Fermont
G0G 1J0
Téléphone: (418) 287-5147
C.P. 280
Fermont
G0G 1J0
Diffusant en langue française, de 6h30 à 14h et de 19h à 21h tous les jours
Fréquence: 103,1Mhz
Puissance: 20 watts
En ondes depuis 1981

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Radio Communautaire de Fermont Inc.
Place Daviault
Fermont
G0G 1J0
Téléphone: (418) 297-5147
C.P. 280
Fermont
G0G 1J0

Personnel
Président: Guy Labrie
Directeur général: Daniel Bellefleur

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC

Personnel
Responsable de la programmation: Daniel Bellefleur
Responsable de l'information et des nouvelles: Richard Labelle

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Réseau Québec

Représentant publicitaire
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Personnel
Responsable des ventes: Marie-Lyne Landry

Tarifs publicitaires
Carte No 1 en vigueur en octobre 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
30 secondes	8
60 secondes	12

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Une seule classe	
	$	
30 minutes	25	(incluant 2 — 60 secondes)

Les contrats sont de 13 émissions, soit 13 x 25$: 325$

Modalités de paiements
Factures payables sur réception
Intérêt de 2% après 30 jours

Divers
Production: 5$, comprenant une voix et le fond musical
Un supplément pour des voix multiples
Production spéciale: les tarifs sont fournis sur demande
Également disponible, musique enregistrée sur ruban ou casette pour compagnie ou autre
CFMF est incorporé selon la 3e partie de la loi des Compagnies du Québec. CFMF est un organisme à but non lucratif.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Réseau Québec

6120

CHLC-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CHLC-MA
399, rue de Puyjalon
Hauterive
G5C 2Z7
Téléphone: (418) 589-3771
Diffusant en langue française, 24 heures par jour, excepté le lundi et le mardi
Fréquence: 580Khz
Puissance: 5 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Côte-Nord Inc.
399, rue de Puyjalon
Hauterive
G5C 2Z7
Téléphone: (418) 589-3771

Personnel
Président: Normand Larouche
Directeur général: Claude Desrosiers

Réseau
Radiomutuel

Réémetteur
CFRP-MA: 620Khz, Forestville

INFORMATION ET PROGRAMMATION

Agence de presse: PC, Agence de nouvelles Radiomutuel
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Bertrand Rose
Directeur de l'information et des sports: Charles Hamelin

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 10 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 13h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
13h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	22	19	15
60 secondes	28	21	18

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion	
		Jours	Heures ou classes
	$		
30 sec.	19	L à D	6h — 24h
60 sec.	21		⅓ AAA
			⅓ AA
			⅓ A

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie à toutes les agences de publicité reconnues par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Les factures sont envoyées à chaque mois et sont payables sur réception. Aucun escompte pour paiement comptant.
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajustés sur tout compte dû, après 30 jours. Les client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces sélectives. Les émissions réseau ont priorité sur les émissions sélectives et les annonces éclair locales.
Un avis écrit doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

Tarifs publicitaires locaux (CHLC-MA)
Carte No 10 en vigueur le 1er décembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
1h — 6h	—	B	B	B	B	B	B
6h — 7h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 14h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
14h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
16h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
18h — 21h	A	A	A	AA	AA	A	A
21h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe			
	AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	17	10	7	2
60 secondes	21	14	9	3

Annonce extérieure	Classe		
	AAA	AA	A
	$	$	$
60 sec.	30	26	20
Cachet sur annonces (taux horaire)	20	20	20

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion	Nombre d'annonces requis par le plan
			Heures ou classes	
		$		
Rotation	30 sec.	11	⅓	12
		10	⅓	24
R.O.S.		9	⅓	48
	60 sec.	13.50		12
		12.75		24
		11.25		48

Classe	Durée	Fréquence		
		30	40	60
		$	$	$
AAA	30 sec.	16	15	14
	60 sec.	20	19	18
AA	30 sec.	9	8	7
	60 sec.	13	12	11
A	30 sec.	6	5	4
	60 sec.	8	7	6

Matériel publicitaire
Aucune annonce ne peut être mise en ondes le même jour (délai normal de 24 heures).
Pour décongestionner l'horaire et assurer une juste protection à tous les clients, le maximum d'unité est fixé quotidiennement à 12 pour chaque classe.

Divers
Production: 12$, texte supplémentaire 5$, 2 voix 5$ supplémentaire
Réseau (CHLC & CFRP): 3$ en sus du tarif de la classe
Unité mobile: 10$ du déplacement
Annonce extérieure (remote):
Minimum de 5 à l'heure ou 4 pour des heures consécutives, incluant un 15 secondes direct par nombre d'annonces extérieures.
Si les annonces sont achetées en profitant des escomptes de fréquence et que ces achats n'ont pas été diffusés en totalité au cours de la période requise, les tarifs sont ajoutés à l'échelle de la classe concernée. Un supplément de 25% est applicable aux annonces mentionnant deux commanditaires ou plus (3 au maximum).
Tout contrat existant sera honoré jusqu'à sa date d'échéance.

Tarifs publicitaires locaux (CFRP-MA)
Carte No 10 en vigueur le 1er décembre 1980

Tarifs d'une annonce selon la classe

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 7h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 14h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
14h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AAA	AAA
16h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
18h — 21h	A	A	A	AA	AA	A	A
21h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	9	7	6
60 secondes	12	10	8

Annonce extérieure	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
60 sec.	22	20	16
Cachet sur annonces extérieures (taux horaire)	20	20	20

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion — Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$		
Rotation	30 sec.	7	⅓	12
	60 sec.	9	⅓	
ROS			⅓	

Classe	Durée	Fréquence 30	40
		$	$
AAA	30 sec.	8	7.25
	60 sec.	11	10.25
AA	30 sec.	6	5.25
	60 sec.	9	8.25
A	30 sec.	5	4.25
	60 sec.	7	6.25

Matériel publicitaire
Aucune annonce ne peut être mise en ondes le même jour (délai normal de 24 heures).
Pour décongestionner l'horaire et assurer une juste protection à tous les clients, le maximum d'unité est fixé quotidiennement à 12 pour chaque classe.

Divers
Production: 12$, texte supplémentaire 5$, 2 voix 5$ supplémentaire
Réseau (CHLC & CFRP): 3$ en sus des tarifs de CHLT
Unité mobile: 10$ en sus des frais de déplacement
Annonce extérieure (remote):
Minimum de 5 à l'heure ou 4 pour des heures consécutives, incluant un 15 secondes direct par nombre d'annonces extérieures
Si les annonces sont achetées en profitant des escomptes de fréquence et que ces achats n'ont pas été diffusés en totalité au cours de la période requise, les tarifs sont ajustés à l'échelle de la classe concernée. Un supplément de 25% est applicable aux annonces mentionnant deux commanditaires ou plus (3 au maximum).
Tout contrat existant sera honoré jusqu'à sa date d'échéance.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	36 800	31 600
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 414	2 100
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.2	9.2

6130

CHMO-MF

IDENTIFICATION
CHMO-MF
Kuujjuaq
J0M 1C0
Téléphone: (819) 964-2921
Station inuk
Fréquence: 90.1Mhz
Puissance: .28 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Radio Communautaire de Fort-Chimo
Kuujjuaq
J0M 1C0
Téléphone: (819) 964-2921

Personnel
Président et directeur général: Mark T. Gordon

Réseau
Indépendant

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

6140

CIMH-MF

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CIMH-MF
350, rue Smith, bureau 30
Sept-Îles
G4R 3X2
Téléphone: (418) 962-9410
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 94.1Mhz
Puissance: 82 500 watts
En ondes depuis 1980

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio FM du Nord Ltée
350, rue Smith, bureau 30
Sept-Îles
G4R 3X2
Téléphone: (418) 962-9410

Personnel
Président et directeur général: Clément Gagnon

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC

Personnel
Responsable de la programmation: Pierre Bolduc
Responsable de l'information et des nouvelles: Louise Beaudoin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Jacques Beaulieu

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 15 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	Classe A
	$	$
30 secondes	15	13
60 secondes	18	16

Diffusion à heures fixes: 20% de plus du tarif régulier

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
		Jours	Heures ou classes	
	$			
30 sec.	14	L à D	de 6h — 24h, diffusion en rotation	10 par semaine
60 sec.	17			

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie à toutes les agences de publicité reconnues par l'ACR. Aucune commission sur cachets. Les factures sont envoyées à chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
CIMH-MF se réserve le droit de modifier ses taux d'annonces en tout temps, dès la publication d'une nouvelle carte de tarif.
Un avis de 2 semaines doit être soumis par écrit relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

Tarifs publicitaires locaux

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion				
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 21h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
21h — 24h	AA	AA	AA	AA	AA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	Classe A	Émissions extérieures	Fin de semaine
	$	$	$	$
30 secondes	15	13	—	8
60 secondes	18	15	20	10

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Une seule classe
	$
5 minutes	50
10 minutes	60
15 minutes	70

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Tap	30 sec.	10	L à V	40% AAA	10
		9		60% AA	20
		8			40
	60 sec.	12			10
		11			20
		10			40

Annonce

Classe	Durée	Fréquence 15	30	40	130	160	520
		$	$	$	$	$	$
AAA	30 sec.	—	—	—	14	13	10
	60 sec.	—	—	—	16	14	13
AA	30 sec.	—	—	—	12	10	9
	60 sec.	—	—	—	14	13	12
A	30 sec.	8	7	6	—	—	—
	60 sec.	10	9	8	—	—	—

Émission

Durée	Fréquence 13	52
	$	$
5 minutes	45	40
10 minutes	50	45
15 minutes	55	50

Équipements techniques
L'équipement VHF et le mobile sur plan sont fournis pour les émissions extérieures « remote ».

Divers
Frais de production: 10$
« Pre-Remote »: 10$
Animation des émissions extérieures: 20$ l'heure

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	22 600
Auditoire moyen par ¼ d'heure	1 357
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.4

6150

CIPC-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CIPC-MA
8, boul. des Îles, chambre 240
Port-Cartier
G5B 2J4
Téléphone: (418) 766-6868
(418) 766-6870
Diffusant en langue française
Fréquence: 710Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1976

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Sept-Îles Inc.
106, Napoléon
Sept-Îles
G4R 1Y1
Téléphone: (418) 692-3838

Personnel
Président: Yvon Bergeron
Directeur général: Yvon Savoie

Réseau
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Directeur des programmes: Georges Daviault
Directeur de l'information: Régis Caron

PUBLICITÉ
Responsable des ventes: Yvon Savoie

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er juillet 1978

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 9h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
9h — 11h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
11h — 15h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
15h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 17h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA
	$	$
30 secondes	11	9
60 secondes	14	12

Reportages extérieurs en direct (remote): 14$ minimum de 5 à l'heure et 2 heures par jour.

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe Une seule classe
	$
5 minutes	55
10 minutes	65
15 minutes	75

Les tarifs pour la commandite de bulletins de nouvelles, de sports, ou de toutes autres émissions spéciales, telle qu'une émission extérieure, seront fournis sur demande.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Satu-	30 sec.	10	V à L	15h — 18h	15 par sem.
ration		9			30 par sem.
		8			40 par sem.
	60 sec.	13			15 par sem.
		12			30 par sem.
		11			40 par sem.
Rota-	30 sec.	9	L à V	40% AAA	10 par sem.
tion		8		60% AA	20 par sem.
R.O.S.		7			40 par sem.
	60 sec.	12			10 par sem.
		11			20 par sem.
		10			40 par sem.

Annonce

Classe	Durée	Fréquence 130	260	520
		$	$	$
AAA	30 sec.	10	9	8
	60 sec.	13	12	11
AA	30 sec.	8	7	6
	60 sec.	11	10	9

Programme

Durée	Fréquence 13	52
	$	$
5 minutes	45	35
10 minutes	55	45
15 minutes	65	55

Divers
1re production: 10$
Production suivante: 8$
Le contenu commercial en ondes est limité à 16 minutes par l'heure.
La carte de tarif entre en vigueur le 1er juillet 1978.
Les contrats signés avant cette date seront honorés jusqu'à l'expiration.
À défaut du respect de la fréquence commerciale stipulée dans le contrat, les tarifs seront ajoutés, selon l'échelle de fréquence utilisée.
Des frais de lignes, de millage, de « pré-remote » (20$ minimum), de talent, de production et d'équipement d'unité mobile s'ajoutent.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	12 000	12 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	600	400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7	4.6

6160

CKBH-MA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKBH-MA
42, Place Lasalle
Baie-Comeau
G4Z 1K3
Téléphone: (418) 296-8414

C.P. 260
Baie-Comeau
G4Z 2H1
Diffusant en langue française, 24 heures par jour
Fréquence: 790Khz
Puissance: 1 000 watts
En ondes depuis 1980

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Communications Manicouagan Inc.
42, Place Lasalle
Baie-Comeau
G4Z 1K8
Téléphone: (418) 296-8414
C.P. 260
Baie-Comeau
G4Z 2H1

Personnel
Président et directeur général: Robert Boulay

Réseau
Indépendant

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC

Personnel
Directeur des programmes et de l'information: Robert Boulay

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Est Québec

Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Personnel
Directeur des ventes: Claude Gauthier

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er mars 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 13h	A	A	A	A	A	A	A
13h — 19h	B	B	B	B	B	B	B
19h — 7h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe A	B	C	De 21h le vendredi à 24h le dimanche
	$	$	$	$
10 secondes	6	5	4	4
20 secondes	9	8	6	6
30 secondes	12	10	8	8
60 secondes	15	13	10	10

Reportages extérieurs en direct (remote), 60 secondes: 20$ plus lignes et talents.

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe A	B	C	De 21h le vendredi à 24h le dimanche
	$	$	$	$
5 minutes	30	25	20	20
15 minutes	60	45	35	35
30 minutes	100	75	60	60

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
20 sec.	6	L à V	7h — 21h	3
30 sec.	9			
60 sec.	11			

Classe	Fréquence 104 et plus — Durée 10	20	30	60
	$	$	$	$
A	5	8	11	14
B	4	7	9	12
C	3	5	7	9
Fin de semaine	3	5	7	9

Divers

		$
Frais de production	10 sec.	12
	20 sec.	12
	30 sec.	15
	60 sec.	15

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Est Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	22 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 057
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12.7

6170

CKCN-MA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
CKCN-MA
106, Napoléon
Sept-Îles
G4R 1Y1
Téléphone: (418) 962-3838
Diffusant en langue française
Fréquence: 560Khz
Puissance: jour: 10 000 watts
nuit: 5 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Sept-Îles Inc.
106, Napoléon
Sept-Îles
G4R 1Y1
Téléphone: (418) 692-3838

Personnel
Président et directeur général: Yvon Bergeron

Réseau
Télémédia (nouvelles)
Télémédia (baseball)
Télémédia (nordiques)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Claude Lambert
Directeur de l'information: Réal Jean Couture

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Directeur commercial et des ventes publicitaires: Yvon Bergeron

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 8 en vigueur le 1er octobre 1978

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.
7h — 9h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
9h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 18h	A	A	A	A	A
18h — 24h	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	19	14	13	11
60 secondes	23	17	15	13

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan nb d'an par sem	nb de sem diff
		$				
Tap	30 sec	13	L à V	30% AAA 40% AA 30% A	10	1 à 26
	60 sec	16				
Satu-ration	30 sec	13	S et D	Distribution égale 7h — 19h	10	
Fin de sem	60 sec	16				

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h, le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation. CKCN n'offre aucune garantie que les occasions non diffusées, suite à un délai dans la réception des textes, seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire. Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	41 500	50 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 826	4 129
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	13.0	11.5

6180

CKPV-MF

IDENTIFICATION
CKPV-MF
Povungnituk
J0M 1P0
Téléphone: (819) 988-2892
Station inuk
Fréquence: 99,9Mhz
Puissance: 28,9 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Radio Communautaire de Povungnituk
Povungnituk
J0M 1P0
Téléphone: (819) 988-2892

Personnel
Directeur général: Johnny Alashuak

Réseau
Indépendant

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

2.1.2 Reseaux de radio

6190

CBC (RÉSEAU ANGLAIS DE RADIO)

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CBC (Réseau anglais de radio)
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211; Télex: 055-25487
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue anglaise, en moyenne 140 heures par semaine
En ondes depuis 1936

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Canadian Broadcasting Corporation
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3A 3A8

Personnel
Directeur général (région de Québec): Raymond Chaisson
Directeur de la radio: Andrew Simon

Station maîtresse
Réseau MA: CBM-MA, 940Khz, Montréal
Réseau stéréophonique: CBM-MF, 93,5Mhz, Montréal

Autre station de base
CBVE-MF, 104,7Mhz, Québec

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, UPI, NTR, AFP, REUTER
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Andrew Simon
Superviseur-coordonnateur des émissions d'actualité: Donna Logan
Superviseur aux nouvelles: Bill Akerley

PUBLICITÉ
Réseau non publicitaire

6200

CKO ALL NEWS RADIO NETWORK

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CKO All News Radio Network
65, Adelaide est
Toronto (Ontario)
M5C 1K6
Téléphone: (416) 862-7200, Toronto
(514) 697-1470, Montréal
Diffusant en langue anglaise, en moyenne 126 heures par semaine
En ondes depuis 1977

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Canada All News Radio Ltd.
65, Saint-Adelaide est
Toronto (Ontario)
M5C 1K6
Téléphone: (416) 862-7200

Personnel
Président et directeur général: W. Vern Furber

Station maîtresse
CKO-MF: 99,1Mhz, Toronto

Station de base au Québec
CKO-MA: 1 470Khz, Montréal

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, NTR, UPI, PA
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur des programmes, de l'information et des nouvelles: Don Foley

PUBLICITÉ
Réseau publicitaire

Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935,
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Gary Greenway

6210

RADIO-CANADA (RÉSEAU FRANÇAIS DE RADIO)

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
Radio-Canada (réseau français de radio)
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2353; Télex: 055-60951 (salle des nouvelles)
05-267417 (ingénierie)
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue française, en moyenne 130 heures par semaine en MA et 120 heures par semaine en MF
En ondes depuis 1936

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Vice-président et directeur général: Raymond David

Station maîtresse MA
CBF-MA: 690Khz, Montréal

Station maîtresse MF
CBF-MF: 100,7Mhz, Montréal

Autres stations de base

CBGA-MA,	1 250Khz,	Matane
CBJ-MA,	1 580Khz,	Chicoutimi
CBV-MA,	980Khz,	Québec
CBV-MF,	95,3Mhz,	Québec
CBOF-MA,	1 250Khz,	Ottawa
CBOF-MF,	102,5Mhz,	Ottawa
CJBR-MA,	900Khz,	Rimouski
CJBR-MF,	101,5Mhz,	Rimouski

Stations affiliées

CFLM-MA,	1 240Khz,	La Tuque
CHAD-MA,	1 340Khz,	Amos
CHAL-MA,	1 350Khz,	Saint-Pamphile
CHGB-MA,	1 310Khz,	La Pocatière
CHGB-MF,	102,9Mhz,	La Pocatière
CHLM-MF,	96,5Mhz,	Rouyn-Noranda
CHNC-MA,	610Khz,	New-Carlisle
CHVD-MA,	1 230Khz,	Dolbeau
CIRB-MA,	1 240Khz,	Lac-Etchemin
CJFP-MA,	1 400Khz,	Rivière-du-Loup
CKJS-MA,	1 400Khz,	Saint-Jovite
CKLS-MA,	1 240Khz,	La Sarre
CKMG-MA,	1 340Khz,	Maniwaki
CKML-MA,	610Khz,	Mont-Laurier
CKRB-MA,	1 460Khz,	Saint-Georges
CKRN-MA,	1 400Khz,	Rouyn
CKVD-MA,	900Khz,	Val-d'Or
CKVM-MA,	710Khz,	Ville-Marie

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, UPI, NTR, AFP, REUTER
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Paul-Marie Lapointe
Directeur du service de l'information: Marc Thibault
Directeur de l'information (radio): Lorenzo Godin

PUBLICITÉ
Réseau non publicitaire

ESTIMÉS BBM
Groupe de stations de base MA

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	897 400	870 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	49 600	47 971
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.7	7.7

Groupe de stations de base MF

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	241 200	248 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	9 928	10 685
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.7	6.0

6220

RÉSEAU DES APPALACHES

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
Réseau des Appalaches
327, avenue Labbé
Thetford-Mines
G6B 2S6
Téléphone: (418) 335-7533
Diffusant en langue française
En ondes depuis 1972

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Radio Appalaches
327, avenue Labbé
Thetford-Mines
G6B 2S6
Téléphone: (418) 335-7533

Personnel
Président: François Labbé
Gérant CKLD, CKFL et CJLP: Jeanne Martin
Gérant CFDA: François Bastien
Gérant CJAN: Maurice Ross
Gérant CKTL: Gaston Bergeron

Station maîtresse
CKLD-MA: 1 330Khz, Thetford-Mines

Autres stations de base

CFDA-MA,	1 380Khz,	Victoriaville
CJAN-MA,	1 340Khz,	Asbestos
CJLP-MA,	1 230Khz,	Thetford-Mines
CKFL-MA,	1 400Khz,	Lac-Mégantic
CKTL-MA,	1 420Khz,	Plessisville

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: Agence de nouvelles télémédia
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation, de l'information et des nouvelles: Robert Daneau

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1X3
Téléphone: (514) 842-8521

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 7 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Après 19h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AA	A	B
	$	$	
30 sec	58	50	Tarifs fournis sur demande
60 sec	68	58	Tarifs fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Saturation	30 sec ou moins	54	L à D	6h — 19h	10 par semaine
	60 sec	62			

Matériel publicitaire
Chaque station ci-haut mentionnée doit recevoir une copie des textes, des instructions et des renseignements

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées

Modalités de paiements
Commission d'agence: 15%
Aucun escompte au paiement
Aucune commission sur talent, production ou autres effets
Facturation mensuelle et payable sur réception

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de chaque poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe Radio Unie Québec

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	107 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	7 442
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.7

6230

RADIOMUTUEL

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
Radiomutuel
1700, Berri
Montréal
H2L 4E8
Téléphone: (514) 849-6221; Télex: 05-25185
Diffusant en langue française, en moyenne 25 heures par semaine
En ondes depuis 1968

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Radiodiffusion Mutuelle Ltée
1700, Berri
Montréal
H2L 4E8
Téléphone: (514) 849-6221

Personnel
Président: Donat Bazinet
Directeur, relations et développements corporatifs: Michel Arpin

Station maîtresse
CJMS-MA: 1 280Khz, Montréal

Autres stations de base

CIGB-MF,	102,3Mhz,	Trois-Rivières
CJAB-MF,	96,7Mhz,	Chicoutimi
CJRC-MA,	1 150Khz,	Ottawa
CJRP-MA,	1 060Khz,	Québec
CJRS-MA,	1 510Khz,	Sherbrooke
CJTR-MA,	1 140Khz,	Trois-Rivières

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, NTR, UPI, PC
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Jean-Charles Gilliot
Responsable de l'information et des nouvelles: Roger Delorme

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 1702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Personnel
Vice-président des ventes: Jean Sanche

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 12 en vigueur le 2 mars 1981

Classes de tarifs
CJMS — CJRC — CJRP

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
15h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

CJRS

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
15h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

CJTR/CIGB-MF

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
16h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

CJAB-MF

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
16h — 18h	A	A	A	A	A	—	—
18h — 19h	B	B	B	B	B	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes ou moins	272	245	185	110
60 secondes	340	306	227	137

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan Nb d'an par sem	Nb de sem diff
		$				
Hebdomadaire	30 sec ou moins	221 216	L à V ou	20% AAA* 20% A	10 à 24 25 et plus	4 4
Tap	60 sec	276 270	L à S	60% de 10h — 15h	10 à 24 25 et plus	4 4
Plan Fin de sem	30 sec ou moins	156 150	S et D	Répartition égale	10 à 24 25 et plus	4 4
	60 sec	194 188		7h — 19h	10 à 24 25 et plus	4 4

* Distribution CJMS, CJRC, CJRP, CJRS, CJTR/CIGB-MF
Quant à CJAB-MF: 10% 7h — 10h
60% 10h — 16h
10% 16h — 18h
20% 18h — 24h

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Fermeture pour le matériel conforme aux règlements de l'ACR. Radiomutuel n'assume pas de reprises pour les occasions manquées dû à une réception tardive du matériel. Le temps non utilisé sera tout de même facturé.

Modalités de paiements
Une commission de 15% basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conformes aux règlements de l'ACR. Payables en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements de la Commission Canadienne de la Radio Télévision. Les émissions réseau commanditées auront priorité sur les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Délais changements ou annulations de contrats conforme aux règlements de l'ACR.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	1 324 600	1 317 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	81 314	82 271
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.6	8.8

Précision: excluant CIGB et CJAB

6240

RADIOMUTUEL (NOUVELLES)

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
Radiomutuel (nouvelles)
1700, Berri
Montréal
H2L 4E8
Téléphone: (514) 849-6221, Télex: 05-25185
Diffusant en langue française, en moyenne 10 heures par semaine
En ondes depuis 1968

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Radiodiffusion Mutuelle Ltée
1700, Berri
Montréal
H2L 4E8
Téléphone: (514) 849-6221

Personnel
Président: Donat Bazinet
Directeur, relations et développements corporatifs: Michel Arpin

Station maîtresse
CJMS-MA: 1 280Khz, Montréal

Autres stations de base

CIGB-MF,	102,3Mhz,	Trois-Rivières
CJAB-MF,	96,7Mhz,	Chicoutimi
CJRC-MA,	1 150Khz,	Ottawa
CJRP-MA,	1 060Khz,	Québec

CJRS-MA,	1 510Khz,	Sherbrooke
CJTR-MA,	1 140Khz,	Trois-Rivières

Stations affiliées

CFGT-MA,	1 270Khz,	Alma
CFRP-MA,	620Khz,	Forestville
CHGA-MF,	95,7Mhz,	Maniwaki
CHLC-MA,	580Khz,	Hauterive
CHVD-MA,	1 230Khz,	Dolbeau

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, NTR, UPI, PC
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Jacques-Charles Gilliot
Responsable de l'information et des nouvelles: Roger Delorme

PUBLICITÉ
Réseau non publicitaire

6250

TÉLÉMÉDIA

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
Télémédia
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155; Télex: 055-60090
Diffusant en langue française
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155

Personnel
Président: André Bureau
Vice-président exécutif: Normand Beauchamp
Vice-président MA: Paul-Émile Beaulne
Vice-président MF: Pierre Béland
Directeur du réseau: André Côté

Station maîtresse
CKAC-MA: 730Khz, Montréal

Autres stations de base

CHLN-MA,	550Khz,	Trois-Rivières
CHLT-MA,	630Khz,	Sherbrooke
CKCH-MA,	970Khz,	Hull
CKCV-MA,	1 280Khz,	Québec

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, UPI
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Sylvie Lalande
Responsable de l'information et des nouvelles: Pierre Arcand

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Jean Durocher

Tarifs publicitaires
Les tarifs publicitaires sont fournis sur demande

6260

TÉLÉMÉDIA (BASEBALL)

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
Télémédia (baseball)
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155; Télex: 055-60090
Diffusant en langue française, en moyenne 15,6 heures par semaine
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155

Personnel
Président: André Bureau
Vice-président exécutif: Normand Beauchamp
Vice-président MA: Paul-Émile Beaulne
Vice-président MF: Pierre Béland
Directeur du réseau: André Côté

Station maîtresse

CKAC-MA,	730Khz,	Montréal

Autres stations de base

CHLN-MA,	550Khz,	Trois-Rivières
CHLT-MA,	630Khz,	Sherbrooke
CKCH-MA,	970Khz,	Hull
CKCV-MA,	1 280Khz,	Québec

Stations affiliées

CFDA-MA,	1 380Khz,	Victoriaville
CFED-MA,	1 340Khz,	Chapais
CFLM-MA,	1 240Khz,	La Tuque
CFVM-MA,	1 220Khz,	Amqui
CHRT-MA,	1 450Khz,	Saint-Éleuthère
CJAF-MA,	1 240Khz,	Cabano
CJAN-MA,	1 340Khz,	Asbestos
CJLP-MA,	1 230Khz,	Disraéli

CJMD-MA,	1 240Khz,	Chibougamau
CJVL-MA,	1 360Khz,	Sainte-Marie
CKBH-MA,	790Khz,	Baie-Comeau
CKCN-MA,	560Khz,	Sept-Îles
CKFL-MA,	1 400Khz,	Lac-Mégantic
CKLD-MA,	1 230Khz,	Thetford-Mines
CKLR-MA,	1 240Khz,	L'Annonciation
CKMG-MA,	1 340Khz,	Maniwaki
CKML-MA,	610Khz,	Mont-Laurier
CKRN-MA,	1 400Khz,	Rouyn-Noranda
CKSJ-MA,	1 400Khz,	Saint-Jovite
CKTL-MA,	1 420Khz,	Plessisville
CKVM-MA,	710Khz,	Ville-Marie
CKVT-MA,	1 340Khz,	Témiscaming

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Responsable de la vente publicitaire: Jean Durocher

Tarifs publicitaires
1 x 30 secondes, 162 parties: 16 000$

6270

TÉLÉMÉDIA (NOUVELLES)

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
Télémédia
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155; Télex: 055-60090
Diffusant en langue française, en moyenne 12 heures par semaine
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155

Personnel
Président: André Bureau
Vice-président exécutif: Normand Beauchamp
Vice-président MA: Paul-Émile Beaulne
Vice-président MF: Pierre Béland
Directeur du réseau: André Côté

Station maîtresse

CKAC-MA,	730Khz,	Montréal

Autres stations de base

CHLN-MA,	550Khz,	Trois-Rivières
CHLT-MA,	630Khz,	Sherbrooke
CKCH-MA,	970Khz,	Hull
CKCV-MA,	1 280Khz,	Québec

Stations affiliées

CFDA-MA,	1 380Khz,	Victoriaville
CFED-MA,	1 340Khz,	Chapais
CFLM-MA,	1 240Khz,	La Tuque
CFLP-MA,	1 000Khz,	Rimouski
CFVM-MA,	1 220Khz,	Amqui
CHAD-MA,	1 340Khz,	Amos
CHAL-MA,	1 350Khz,	Saint-Pamphile
CHGB-MA,	1 310Khz,	La Pocatière
CHRL-MA,	910Khz,	Roberval
CHRT-MA,	1 450Khz,	Saint-Éleuthère
CIPC-MA,	710Khz,	Port-Cartier
CIRB-MA,	1 240Khz,	Lac-Etchemin
CJAF-MA,	1 240Khz,	Cabano
CJAN-MA,	1 340Khz,	Asbestos
CJFP-MA,	1 400Khz,	Rivière-du-Loup
CJLP-MA,	1 230Khz,	Disraéli
CJMD-MA,	1 240Khz,	Chibougamau
CJMT-MA,	1 420Khz,	Chicoutimi
CKBH-MA,	790Khz,	Baie-Comeau
CKCN-MA,	560Khz,	Sept-Îles
CKFL-MA,	1 400Khz,	Lac-Mégantic
CKLD-MA,	1 230Khz,	Thetford-Mines
CKLR-MA,	1 240Khz,	L'Annonciation
CKMG-MA,	1 340Khz,	Maniwaki
CKML-MA,	610Khz,	Mont-Laurier
CKRB-MA,	1 460Khz,	Saint-Georges
CKRN-MA,	1 400Khz,	Rouyn-Noranda
CKSJ-MA,	1 400Khz,	Saint-Jovite
CKTL-MA,	1 420Khz,	Plessisville
CKVD-MA,	900Khz,	Val-d'Or

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: AFP, UPI
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation: Sylvie Lalande
Responsable de l'information et des nouvelles: Pierre Arcand

PUBLICITÉ
Réseau non publicitaire

6280

TÉLÉMÉDIA (RÉSEAU RADIOPHONIQUE DES NORDIQUES)

IDENTIFICATION
Télémédia (réseau radiophonique des Nordiques)
800, place d'Youville, bureau 2100
Québec
G1R 3P4
Téléphone: (418) 694-1280
Diffusant en langue française
En ondes depuis 1980

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par Télémédia Communications Ltée
1400, Metcalfe
Montréal
H3A 1X4
Téléphone: (514) 845-5155

Personnel
Président: André Bureau
Responsable du réseau à CKCV: André Gagnon

Station maîtresse
CKCV-MA: 1 280Khz, Québec

Stations affiliées

			Nombre de parties diffusées
CEBJ		Baie-James	80
CFDA-MA,	1 380Khz,	Victoriaville	40
CFED-MA,	1 340Khz,	Chapais	21
CFLM-MA,	1 240Khz,	La Tuque	40
CFLP-MA,	1 000Khz,	Rimouski	40
CFVM-MA,	1 220Khz,	Amqui	25
CHAL-MA,	1 300Khz,	Saint-Pamphile	40
CHGB-MA,	1 310Khz,	La Pocatière	40
CHLN-MA,	550Khz,	Trois-Rivières	25
CHLT-MA,	630Khz,	Sherbrooke	25
CHRT-MA,	1 450Khz,	Saint-Éleuthère	40
CIPC-MA,	1 000Khz,	Port-Cartier	40
CJAF-MA,	1 240Khz,	Cabano	40
CJAN-MA,	1 340Khz,	Asbestos	40
CJFP-MA,	1 400Khz,	Rivière-du-Loup	40
CJMD-MA,	1 240Khz,	Chibougamau	21
CJMT-MA,	1 420Khz,	Chicoutimi	80
CJVL-MA,	1 360Khz,	Sainte-Marie	80
CKCH-MA,	970Khz,	Hull	25
CKCN-MA,	560Khz,	Sept-Îles	40
CKFL-MA,	1 400Khz,	Lac-Mégantic	40
CKLD-MA,	1 330Khz,	Thetford-Mines	40
CKTR-MA,	1 420Khz,	Plessisville	40

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Personnel
Responsable de la vente publicitaire à CKCV: Yvon Flageol

Tarifs publicitaires

Plan	Durée de l'annonce	Prix total	Répartition des annonces par partie	Nombre d'annonces requis par plan
		$		
A	30 sec.	21 060	2	6
	60 sec.	21 060	1	
B	30 sec.	15 795	1	6
	60 sec.	15 795	1	

2.2 TELEVISION

2.2.1 Stations de television par region

Bas-Saint-Laurent — Gaspesie

6290

CBGAT-TV

BBM

IDENTIFICATION
CBGAT-TV, canal 9, VHF
155, rue Saint-Sacrement
Matane
G4W 1Y9
Téléphone: (418) 562-0291; Télex: 051-8-6370
Diffusant en langue française
Puissance, audio: 92 000 watts
vidéo: 153 000 watts
En ondes depuis 1972

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Jacques Landry

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteurs

CBGAT-1	canal 13	Mont-Climont
CBGAT-2	canal 10	Murdochville
CBGAT-3	canal 6	Grande-Vallée
CBGAT-4	canal 2	Mont-Louis
CBGAT-5	canal 9	Causapscal
CBGAT-6	canal 6	Saint-Adèle
CBGAT-7	canal 30	Saint-René-de-Matane
CBGAT-8	canal 12	Marsoui
CBGAT-9	canal 4	Gros-Morne
CBGAT-10	canal 19	Mont-Louis
CBGAT-11	canal 8	Sainte-Anne-des-Monts
CBGAT-12	canal 7	Baie-Comeau
CBST	canal 13	Sept-Îles
CBST-1	canal 12	Havre-Saint-Pierre
CBST-2	canal 9	Schefferville
CBST-5	canal 7	Fermont
CBST-6	canal 2	Rivière-au-Tonnerre
CBST-7	canal 8	Aguanish
CBST-8	canal 7	Baie-Johan-Beetz
CBST-9	canal 9	La Romaine
CBST-10	canal 9	Gagnon
CBST-11	canal 8	Harrington Harbour
CBST-12	canal 6	Tête-à-la-Baleine
CBST-13	canal 4	La Tabatière
CBST-14	canal 2	Saint-Augustin (Saguenay)
CBST-15	canal 7	Old Fort Bay
CBST-16	canal 21	Rivière-Saint-Paul
CBST-17	canal 3	Blanc-Sablon

CHQN-TV-1	canal 12	Rivière-Plate
CKHQ-TV-1	canal 10	Manicouagan-Cinq
CKHQ-TV-6	canal 13	Manicouagan-Trois

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, AFP, REUTER, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Bertrand Emond
Chef des nouvelles: Claude Roy

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Vente Nationale Sélectionnée (TV) de Radio-Canada
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Téléphone: (514) 285-2131

Personnel
Chef de la vente: Charles Fradette

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 10 en vigueur le 15 septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
Avant 12h	C	C	C	C	C	C	C
12h — 13h30	BB	BB	BB	BB	BB	C	C
13h30 — 17h	C	C	C	C	C	C	C
17h — 17h50	BB	BB	BB	BB	BB	C	C
17h50 — 18h50	AA	AA	AA	AA	AA	C	C
18h50 — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	BB	AA
19h — 19h30	B	AAA	B	AA	AA	AA	AAA
19h30 — 19h50	B	AAA	AA	AAA	AA	AA	AAA
19h50 — 20h	AA	AAA	AA	AAA	AA	AAA	AAA
20h — 21h	AAA	AAA	AA	AAA	AA	AAA	AA
21h — 22h	AAA	AA	AA	AAA	AA	AAA	AA
22h — 22h30	AAA	AA	AA	AAA	AA	AA	A
22h30 — 23h	A	A	A	A	A	A	A
23h — 23h30	A	A	A	A	A	B	C
23h30 — 1h	C	C	C	B	B	B	C
Après 1h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	BB	B	C
	$	$	$	$	$	$
30 secondes	80	70	60	50	35	20
60 secondes	160	140	120	100	70	40

Escompte
Certaines annonces (sauf en classe AAA), désignées par la Société et d'une valeur totale brute d'au moins 300$, sont disponibles en blocs hebdomadaires à 75% du tarif brut.
Chaque bloc doit être programmé au cours d'une période de 7 jours et ne peut pas se combiner avec d'autres annonces ni donner droit à d'autres remises.
Les annonces, programmées toutes les semaines pendant 52 semaines, donnent lieu à une remise de continuité de 10%. Les annonces de la classe C ne peuvent pas se combiner avec celles des autres classes aux fins de la remise de continuité.
Les annonces, qui sont diffusées au cours de la période du 15 juin 1981 au 13 septembre 1981, donnent droit aux remises suivantes:
Avant 18h: 30%
Après 18h: 20%

Modalités de paiements
L'annonceur publicitaire doit payer les frais d'expédition et les droits de douane.
Une commission de 15% sera accordée aux agences reconnues de publicité sur la facturation nette des tarifs des annonces et des tarifs horaire des émissions. Aucune commission n'est accordée sur les autres frais. Il n'y a pas d'escompte au comptant.
Les frais sont payables en devises canadiennes dans les 20 jours suivant la date de la facture. La contestation de certains articles facturés n'autorise aucunement à retarder le paiement des frais incontestés.
Le tarif des annonces éclair est sujet à la taxe de vente provinciale de 2% du Québec sur la publicité électronique.

Divers
Tous les contrats sont conclus subordonnément à la Loi sur la radiodiffusion, aux règlements du conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à la politique de la Société Radio-Canada.
La présente carte de tarifs a pour seul objet de renseigner les annonceurs publicitaires; elle ne constitue pas une offre de la part de la société Radio-Canada. Radio-Canada se réserve le droit de changer, sans préavis, le tarif et les conditions que renferme la présente carte.
Aucune commande n'est acceptée pour une période supérieure à une année.
La classe horaire en vigueur au début de la pause vaut pour toute la pause-indicatif.
La diffusion d'annonces publicitaires peut être retardée de 30 minutes sans changement de la classe horaire prévue au contrat, quand la programmation, qui précède les annonces, est prolongée ou retardée.
Les annonces diffusées avant le 15 septembre 1980, assument les classes et les tarifs sur la carte de tarifs no 9.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	154 000	158 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	13 300	14 100
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12.1	12.5

Précisions: comprenant 28 réémetteurs autres que les réémetteurs communautaires non affiliés relayant les émissions de Radio-Canada et portant les indicatifs d'appel CKHQ.

6300

CFER-TV

BBM/ACR/ACRTF/BCT

IDENTIFICATION
CFER-TV, canal 11, VHF
465, boul. Sainte-Anne
Pointe-au-Père (Rimouski)
G0K 1G0
Téléphone: (418) 722-6011; Télex: 051-8-6497
C.P. 590
Pointe-au-Père, (Rimouski)
G5L 7C5
Diffusant en langue française
Puissance, vidéo: 157 000 watts
En ondes depuis 1978

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par les Entreprises Télé-Capitale Ltée
1000, Myrand
Sainte-Foy
G1V 2W3
Téléphone: (418) 688-9330
C.P. 590
Québec
G1K 7N2

Personnel
Président: Wilbrod Bhérer
Vice-président et directeur général: Jean-Pierre Pampalon

Réseau
TVA

Réémetteurs

CFER-TV-I	canal 11	Sept-Îles
CFER-TV-II	canal 11	Gaspé

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Jean-Pierre Pampalon
Directeur de l'information et des programmes: Renaud Francoeur

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9256

Personnel
Directeur des ventes: Gilles Rousseau

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 5 en vigueur le 1er février 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar.	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
Ouv. à 7h45	C	C	C	C	C	C	C
7h45 à 11h	B	B	B	B	B	C	C
11h — 12h	C	C	C	C	C	C	C
12h — 14h30	B	B	B	B	B	B	B
14h30 — 15h30	A	A	A	A	A	B	C
15h30 — 16h30	AA	AA	AA	AA	AA	B	C
16h30 — 17h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B	C
17h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h — 18h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h30 — 19h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
19h30 — 22h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA	AA
22h30 — 23h15	A	A	A	A	A	A	A
23h15 — 24h	B	B	B	B	B	B	B
Après 24h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	170	150	120	90	50
60 secondes	340	300	240	180	100

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe AAA-AA	A-B	C
	$	$	$
15 minutes	550	385	275
30 minutes	770	500	385

Escompte
Les plans hebdomadaires sont disponibles sur demande.

Matériel publicitaire
Tout le matériel publicitaire doit être reçu, par CFER-TV, 96 heures avant sa mise en ondes et pas plus tard que le jeudi midi pour les émissions de samedi à lundi. La station se dégage de toute responsabilité, si le matériel n'arrive pas à temps. Advenant le cas, le client devra payer le taux horaire régulier et la station pourra exiger le remboursement de tous frais supplémentaires occasionnés pour remplacer le matériel prévu, à condition que le client ait été avisé 48 heures à l'avance.

Modalités de paiements
Il n'y a pas d'escompte au comptant. L'escompte sur le montant brut (global) d'un contrat ne s'applique que sur une période d'un an et il n'est pas rétroactif.

Divers
CFER-TV se réserve le droit d'augmenter ses tarifs en l'annonçant publiquement. Les contrats signés après la date d'émission sont assujettis aux nouveaux tarifs, à partir de la date d'entrée en vigueur. Des estimations de coûts pour la production d'émissions et/ou annonces sont disponibles sur demande.
Tous les messages et émissions doivent être conformes au code d'éthique de l'ACR et aux règlements sur la télédiffusion émis par les gouvernements fédéral et provincial.
Tout contrat annulé est sujet aux conditions « standard » de l'ACR et un réajustement du tarif s'appliquera selon la fréquence gagnée basée sur les tarifs en vigueur.
Le second cycle ou les cycles subséquents d'un contrat sont considérés comme achats séparés et sont sujets aux disponibilités et aux politiques en vigueur.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	224 000	221 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	26 000	27 700
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	16.3	17.5

6310

CHAU-TV

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CHAU-TV, canal 5, VHF
C.P. 100
Carleton-sur-Mer
G0C 1J0
Téléphone: (418) 364-3344; Télex: 014-43126
Diffusant en langue française, de 9h à 2h tous les jours
Puissance, audio: 10 000 watts
vidéo: 100 000 watts
En ondes depuis 1959

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télévision de la Baie des Chaleurs Inc.
C.P. 100
Carleton-sur-Mer
G0C 1J0
Téléphone: (418) 364-3344

Personnel
Président et directeur général: Yvon Chouinard

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteurs

CHAU-TV-1	canal 2	Sainte-Marguerite
CHAU-TV-3	canal 10	Port-Daniel
CHAU-TV-4	canal 4	Chandler
CHAU-TV-5	canal 2	Percé
CHAU-TV-6	canal 10	Gaspé
CHAU-TV-7	canal 7	Rivière-au-Renard
CHAU-TV-8	canal 5	Cloridorme
CHAU-TV-9	canal 7	L'Anse-à-Valleau
CHAU-TV-12	canal 5	Murdochville

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Pierre Harvey
Chef des nouvelles: René Violette

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9201

Personnel
Vice-président et directeur des ventes: Serge Duguay

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 15 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
Avant 12h	C	C	C	C	C	C	C
12h — 17h	B	B	B	B	B	B	B
17h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
19h — 22h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
22h30 — 23h30	A	A	A	A	A	A	A
Après 23h30	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	140	115	75	52	30
60 secondes	280	230	150	104	60

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
15 minutes	545	419	275	198	126
30 minutes	726	558	366	264	168

Escompte
Des escomptes de fréquence sur des plans hebdomadaires sont disponibles sur demande.

Matériel publicitaire
Tout le matériel publicitaire doit être arrivé à la station, 72 heures avant sa mise en ondes et pas plus tard que jeudi midi pour les annonces et les émissions programmées pour le samedi, le dimanche ou le lundi. Ce matériel doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.

Équipements techniques
1 studio 32' x 32',
2 caméras couleur de studio,
2 caméras couleur portatives,
1 télécinéma, incluant deux projecteurs de films 16mm et 2 projecteurs de diapositives 35mm,
2 magnétoscopes Ampex AVR-2 couleur, haute gamme,
12 magnétoscopes ¾ po. couleur,
1 caméra 16mm Auricon Pro 600, son magnétique,
1 caméra 16mm Bolex silencieuse,
Développement de diapositives 35mm.

Modalités de paiements
Les factures sont expédiées chaque mois et payables sur réception. Aucun escompte. Les frais d'importation et d'expédition doivent être payés par l'annonceur. Les tarifs et conditions énoncés sur cette carte peuvent être modifiés sans avis. Une commission de 15% est payable à toutes les agences de publicité reconnues par l'ACR.

Divers
Les annulations sont acceptées moyennant un préavis écrit de 28 jours. La durée minimum en ondes est de 4 semaines pour les annonces et de 13 semaines pour les émissions.
Une émission réseau a priorité sur un contrat d'annonces.
Tous les contrats sont fermés 4 semaines avant la date de première diffusion.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	149 000	164 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	18 500	19 500
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	17.5	16.7

Précision: les estimés comprennent les 11 réémetteurs de CHAU, dont 2 sont situés à l'extérieur du Québec.

6320

CIMT-TV

BBM/ACRTF

IDENTIFICATION
CIMT-TV, canal 9, VHF
1, Frontenac
Rivière-du-Loup
G5R 1R7
Téléphone: (418) 862-8241, Télex: 051-3915
Diffusant en langue française
Puissance, vidéo: 14 000 watts
En ondes depuis 1978

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télé Inter-Rives Ltée
1, Frontenac
Rivière-du-Loup
G5R 1R7
Téléphone: (418) 862-8241

Personnel
Président et directeur général: Marc Simard

Réseau
TVA

Réémetteur
CIMT-TV canal 8 Trois-Pistoles

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC

Personnel
Directeur de la programmation: Michel Bélanger
Directeur de l'information: Gilles Gosselin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Vincent Gagnon

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	126 000	129 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	13 300	14 100
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	14.8	15.3

6330

CJBR-TV

BBM/ACR/ACRT

IDENTIFICATION
CJBR-TV, canal 3, VHF
273, Saint-Jean-Baptiste ouest
Rimouski
G5L 4J8
Téléphone: (418) 723-2217; Télex: 051-8-6343
Diffusant en langue française
Puissance, audio: 56 900 watts
vidéo: 100 000 watts
En ondes depuis 1977

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la station: Walter Ruest

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteur
CKHQ-TV-2 canal 12 Outardes-Quatre

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: NTR
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Louis Thériault
Chef de la programmation: Roger Tétrault

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Vente nationale sélectionnée (TV) de Radio-Canada
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Téléphone: (514) 285-2131

Personnel
Chef des ventes locales: Roma Pelletier

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 3 en vigueur le 15 septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 12h	C	C	C	C	C	C	C
12h — 13h30	BB	BB	BB	BB	BB	C	AC
13h30 — 17h	C	C	C	C	C	C	AC
17h — 17h50	BB	BB	BB	BB	BB	C	AC
17h50 — 18h50	AA	AA	AA	AA	AA	C	AC
18h50 — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	BB	AA
19h — 19h30	B	AAA	B	AA	AA	AA	AAA
19h30 — 19h50	B	AAA	AA	AAA	AA	AA	AA
19h50 — 20h	AA	AAA	AA	AAA	AA	AAA	AA
20h — 21h	AAA	AAA	AA	AAA	AA	AAA	A
21h — 22h	AAA	AA	AA	AAA	AA	AAA	A
22h — 22h30	AAA	AA	AA	AAA	AA	AA	A
22h30 — 23h	A	A	A	A	A	A	A
23h — 23h30	A	A	A	A	A	B	C
23h30 — 1h	C	C	C	B	B	B	C
Après 1h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe					
	AAA	AA	A	BB	B	C
	$	$	$	$	$	$
30 secondes	70	60	50	40	30	20
60 secondes	140	120	100	80	60	40

Escompte
Certaines annonces (sauf en classe AAA), désignées par la Société et d'une valeur totale brute d'au moins 250$, sont disponibles en blocs hebdomadaires à 75% du tarif brut.
Chaque bloc doit être programmé au cours d'une période de 7 jours et ne peut pas se combiner avec d'autres annonces, ni donner droit à d'autres remises.
Les annonces, programmées toutes les semaines pendant 52 semaines, donnent lieu à une remise de continuité de 10%. Les annonces de la classe C ne peuvent pas se combiner avec celles des autres classes aux fins de la remise de continuité.
Les annonces, qui sont diffusées au cours de la période du 15 juin 1981 au 13 septembre 1981, donnent droit aux remises suivantes:
Avant 18h: 30%
Après 18h: 20%

Modalités de paiements
L'annonceur publicitaire doit payer les frais d'expédition et les droits de douane.
Une commission de 15% sera accordée aux agences de publicité reconnues, sur la facturation nette des tarifs des annonces et des tarifs horaire des émissions. Aucune commission n'est accordée sur les autres frais. Il n'y a pas d'escompte au comptant.
Les frais sont payables en monnaie canadienne dans les 20 jours suivant la date de la facture. La contestation de certains articles facturés n'autorise aucunement à retarder le paiement des frais incontestés.
Le tarif des annonces éclair est sujet à la taxe de vente provinciale de 2% du Québec sur la publicité électronique.

Divers
Des renseignements seront fournis, sur demande, touchant les frais et l'utilisation des installations, des équipements techniques et des servi-

ces d'annonceur ainsi que la production d'émissions et de messages publicitaires.
Tous les contrats sont conclus subordonnément à la Loi sur la radiodiffusion, aux règlements du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à la politique de la Société Radio-Canada.
La présente carte de tarifs a pour seul objet de renseigner les annonceurs publicitaires; elle ne constitue pas une offre de la part de la Société Radio-Canada. Radio-Canada se réserve le droit de changer, sans préavis, le tarif et les conditions que renferme la présente carte.
Aucune commande n'est acceptée pour une période supérieure à une année.
La classe horaire en vigueur au début de la pause vaut pour toute la pause-indicatif.
La diffusion d'annonces publicitaires peut être retardée de 10 minutes, sans changement de la classe horaire prévue au contrat, quand la programmation, qui précède les annonces, est prolongée ou retardée.
Les annonces diffusées avant le 15 septembre 1980 assument les classes et les tarifs de la carte des tarifs no 4.

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	134 000	131 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	8 100	7 100
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.5	7.6

6340

CKRT-TV

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKRT-TV, canal 7, VHF
1, Frontenac
Rivière-du-Loup
G5R 1R7
Téléphone: (418) 862-8241, Télex: 051-3915
Diffusant en langue française
Puissance, vidéo: 49 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CKRT TV Ltée
1, Frontenac
Rivière-du-Loup
G5R 1R7
Téléphone: (418) 862-8241

Personnel
Président et directeur général: Luc Simard

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteurs

CBSAT	canal 31	Clermont
CKRT-1	canal 2	Baie-Saint-Paul
CKRT-2	canal 2	Dégelis
CKRT-3	canal 13	Saint-Patrice (Rivière-du-Loup)
CKRT-4	canal 5	Cabano
CKRT-5	canal 10	Saint-Urbain
CKRT-6	canal 5	Trois-Pistoles
CBSNT	canal 40	Notre-Dame-des-Monts
CBSPT	canal 3	Saint-Pamphile

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Michel Bélanger
Directeur de l'information: Gilles Gosselin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Vincent Gagnon

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	118 000	105 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	8 400	7 500
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.9	9.0

Saguenay — Lac-Saint-Jean

6350

CJPM-TV

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CJPM-TV, canal 6, VHF
Mont Sainte-Claire
Chicoutimi
G7H 5C8
C.P. 600
Chicoutimi
G7H 5C8
Téléphone: (418) 549-2576, Télex: 051-36132
Diffusant en langue française
Puissance, audio: 6 100 watts
vidéo: 61 000 watts
En ondes depuis 1963

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CJPM TV Inc
Mont Sainte-Claire
Chicoutimi
G7H 5C8
C.P. 600
Chicoutimi
G7H 5C8
Téléphone: (418) 549-2576

Personnel
Président et directeur général: Roger Hudon

Réseau
TVA

Réémetteur
CJPM-TV-1 canal 10 Chambord

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Roger Jobin
Directeur de l'information et des sports: Claude Poulin

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9201

Personnel
Directeur des ventes: Roger Hudon
Chef des ventes locales: Ghislain Goulet

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 15 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar	Mer	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h30 — 9h	B	B	B	B	B	C	C
9h — 14h30	C	C	C	C	C	C	C
14h30 — 15h30	B	B	B	B	B	C	C
15h30 — 16h	C	C	C	C	C	C	C
16h — 16h30	C	C	C	C	C	C	C
16h30 — 17h	B	B	B	B	B	C	B
17h — 17h30	AA	AA	AA	AA	AA	B	B
17h30 — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	B	A
18h — 18h30	A	A	A	A	A	A	A
18h30 — 19h30	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
19h30 — 22h	A	A	A	A	A	A	A
22h — 22h30	A	A	A	A	A	A	B
22h30 — 23h	A	A	A	A	A	A	A
23h — 23h30	B	B	B	B	B	B	C
Après 23h30	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B	C
	$	$	$	$
30 secondes	105	135	67	45
60 secondes	210	170	134	90

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe A (18h — 23h)	B (Autres périodes)
	$	$
5 minutes	240	195
10 minutes	300	250
15 minutes	360	295
30 minutes	600	495

Escompte
Des plans pour répondre à des besoins particuliers ou spécifiques sont disponibles sur demande.

Matériel publicitaire
Tout le matériel publicitaire doit être reçu 96 heures avant la mise en ondes et pas plus tard que mercredi midi, pour télédiffusion dimanche et lundi, et jeudi midi pour télédiffusion mardi. Tout retard, de la part du client, à se conformer à cet horaire relève le poste de son obligation à se conformer à la cédule.
La politique de réception du matériel publicitaire ne s'applique pas nécessairement à la commandite d'émissions, dont les conditions seront négociées. Les émissions commanditées auront préséance sur les messages.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est applicable sur les frais de production et le temps acheté et donné, à toutes les agences reconnues par l'ACR. Les cachets ne sont pas sujets à commission.

Divers
Une diffusion réseau peut déplacer un contrat de messages.
Les contrats sont sujets à annulation, sur avis écrit de 28 jours, en autant que le contrat aura été en ondes quatre semaines pour les messages et 13 semaines pour les programmes. Les contrats annulés sont sujets au tarif court terme.
Tous les messages et émissions doivent se conformer au code d'éthique de l'Association Canadienne des diffuseurs, à la politique de la direction de la station et aux règlements du CRTC.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	277 000	272 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	23 300	28 400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	11.8	14.6

6360

CKRS-TV

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKRS-TV, canal 12, VHF
175, Sir Wilfrid Laurier
Jonquière
G7X 7X3
Téléphone: (418) 542-4551; Télex: 051-36117
Diffusant en langue française, de 9h à 2h tous les jours
Puissance, vidéo: 20 000 watts
En ondes depuis 1955

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Saguenay Ltée
175, Sir Wilfrid Laurier
Jonquière
G7X 7X3
Téléphone: (418) 542-4551

Personnel
Président: Hervé Baribeau
Directeur général: Tom Burham
Directeur de la station: Yvon Perron

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteurs

CKRS-TV-1	canal 9	La Baie
CKRS-TV-2	canal 2	Chicoutimi
CKRS-TV-3	canal 8	Roberval
CKRS-TV-4	canal 4	Alma

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC

Personnel
Directeur des programmes: Eugène Michaud
Directeur de l'information et des sports: Jean-Paul Tremblay

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire, ventes nationales
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Représentant publicitaire, ventes locales et régionales
Publicité Sélect Inc.
175, Sir Wilfrid Laurier
Jonquière
G7X 7X3
Téléphone: (418) 542-4551

Personnel
Superviseur des ventes nationales: Fleurette Tremblay

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 24 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 12h	B	B	B	B	B	B	B
12h — 13h30	A	A	A	A	A	B	B
13h30 — 17h	B	B	B	B	B	B	B
17h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	B
18h — 18h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AAA
18h30 — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AAA
19h — 19h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
19h30 — 20h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
20h — 22h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
22h — 22h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
22h30 — 23h05	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
23h05 — 23h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
Après 23h30	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	130	105	80	40
60 secondes	260	210	160	80

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte
Plans hebdomadaires spéciaux fournis sur demande
Escompte de continuité: 10% sur tout contrat de 52 semaines.

Matériel publicitaire
Tout message publicitaire doit être arrivé à la station 72 heures avant la mise en ondes, n'incluant pas les samedis, les dimanches et les jours fériés.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR.

Divers
Une émission réseau a priorité sur un contrat d'annonces. Tous les messages et émissions doivent être conformes au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.
Les annulations sont acceptées moyennant un préavis écrit de 28 jours. La durée minimum en ondes est de 4 semaines pour les annonces et de 13 semaines pour les émissions.
Les tarifs de certaines émissions ou annonces, considérées comme émissions de pointe, peuvent être modifiés à la discrétion de la station. Les contrats, signés aux taux de la carte de tarif antérieure, sont respectés jusqu'à échéance.

Tarifs publicitaires locaux et régionaux
Carte No 19B en vigueur le 15 septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
8h30 — 12h	B	B	B	B	B	B	B
12h — 13h30	A	A	A	A	A	B	B
13h30 — 13h35	B	B	B	B	B	B	B
13h35 — 16h55	B	B	B	B	B	B	B
16h55 — 17h	A	A	A	A	A	A	B
17h — 17h55	AA	AA	AA	AA	AA	AA	B
17h55 — 18h25	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AAAA
18h25 — 18h55	AA	AA	AA	AA	AA		AAAA
18h55 — 19h	AA	AAA	AAA	AA	AAA	AAA	AAAA
19h — 19h25	AA	AAA	AAA	AA	AAA	AAA	AAA
19h25 — 22h25	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
22h25 — 22h55	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA
22h55 — 23h	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA		
23h — 23h10	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	AAAA	B	B
23h10 — 23h20	B	B	B	B	B	B	B
Après 23h20	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAAA	AAA	AA	A	B
	$	$	$	$	$
10 secondes	—	48	44	32	28
20 secondes	—	66	62	44	38
30 secondes	89	84	80	62	42
60 secondes	145	132	124	88	76

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Heure 17h — 23h30	11h30 — 13h30	Autres
	$	$	$
5 minutes	235	175	150
10 minutes	265	210	185
15 minutes	360	255	210
30 minutes	530	380	295
60 minutes	954	684	531

Divers
Les tarifs ci-haut sont sujets à changement sans préavis. Une ou toutes les classes peuvent être changées pour des programmes spéciaux.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	253 000	245 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	25 400	20 200
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	14.1	11.6

Précision: Comprenant les 4 réémetteurs

Québec

6370

CBVT-TV

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CBVT-TV, canal 11, VHF
2505, boul. Laurier
Sainte-Foy
G1V 2L2
Téléphone: (418) 656-9440. Télex: 051-2286
C.P. 10 400
Sainte-Foy
G1V 2X2

Diffusant en langue française, de 6h à 2h du lundi au samedi et de 9h à 1h15 le dimanche
Puissance, audio: 34 600 watts
vidéo: 173 000 watts
En ondes depuis 1964

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6 000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur général de CBVT: J.H. Gagnon

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteurs

CBVT-1	canal 6	St-Georges
CBVT-2	canal 3	La Tuque
CBVT-3	canal 2	Lac-Mégantic
CBVT-4	canal 55	Lac-Etchemin
CBVT-5	canal 13	Saint-Fabien-de-Panet

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, AFP, REUTER, UPI
Abonné à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Claude Rochette
Directeur de l'information: Louis Roberge

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Vente nationale Sélectionnée
(TV) de Radio-Canada
C.P. 6 000
Montréal
H3C 3A8
Téléphone: (514) 285-2131

Personnel
Directrice de la publicité et des relations publiques: Huguette Macfarlane-Plamondon
Représentant des ventes locales: Bertrand Messely

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 19 en vigueur le 15 septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 12h35	D	D	D	D	D	D	D
12h35 — 13h30	BB	BB	BB	BB	BB	D	D
13h30 — 14h	C	C	C	C	C	D	D
14h — 17h	D	D	D	D	D	D	D
17h — 17h50	B	B	A	B	B	B	D
17h50 — 18h50	BB	BB	BB	BB	BB	B	D
18h50 — 19h	BB	BB	BB	BB	BB	BB	AA
19h — 19h20	BB	BB	BB	BB	BB	AA	AAA
19h20 — 19h30	BB	BB	BB	A	BB	AA	AAA
19h30 — 19h50	B	B	AA	AAA	AA	AA	AAA
19h50 — 20h	AA	AAA	AA	AAA	AA	AAA	AAA
20h — 21h	AAA	AAA	AA	AAA	AA	AAA	AA
21h — 22h	AAA	AA	AA	AAA	AA	AAA	AA
22h — 22h30	AAA	AA	AA	AA	AA	AA	A
22h30 — 23h	A	A	A	A	A	A	A
23h — 23h30	A	A	A	A	A	BB	D
23h30 — 1h	D	D	D	B	BB	BB	D
Après 1h	D	D	D	D	D	D	D

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	BB	B	C	D
	$	$	$	$	$	$	$
30 secondes	440	315	250	210	150	90	55
60 secondes	880	630	500	420	300	180	110

Escompte
Certaines annonces, désignées par la Société et d'une valeur totale brut d'au moins 700$, sont disponibles en blocs hebdomadaires à 75% du tarif brut.
Chaque bloc doit être programmé au cours d'une période de 7 jours et ne peut pas se combiner avec d'autres annonces, ni donner droit à d'autres remises.
Les annonces programmées toutes les semaines pendant 52 semaines donnent lieu à une remise de continuité de 10%. Les annonces des classes C et D ne peuvent pas se combiner avec celles des autres classes aux fins de la remise de continuité.
Les annonces, qui sont diffusées au cours de la période du 15 juin 1981 au 13 septembre 1981, donnent droit aux remises suivantes:
Avant 18h, 30%
Après 18h, 20%

Modalités de paiements
Une commission de 15% sera accordée aux agences reconnues de publicité sur la facturation nette des tarifs horaires des émissions. Aucune commission n'est accordée sur les autres frais. Il n'y a pas d'escompte au comptant.
Les frais sont payables, en monnaie canadienne, dans les 20 jours suivant la date de la facture. La contestation de certains articles facturés n'autorise aucunement à retarder le paiement des frais incontestés.
Le tarif des annonces éclair est sujet à la taxe de vente provinciale de 2% du Québec sur la publicité électronique.

Divers
Des renseignements seront fournis, sur demande, touchant les frais et l'utilisation des installations, des équipements techniques et des services d'annonceur ainsi que la production d'émissions et de messages publicitaires.
L'annonceur publicitaire doit payer les frais d'expédition et les droits de douane.
Tous les contrats sont conclus subordonnément à la loi sur la radiodiffusion, aux règlements du CRTC et à la politique de la Société Radio-Canada.
La présente carte de tarifs à pour seul objet de renseigner les annonceurs publicitaires; elle ne constitue pas une offre de la part de la Société Radio-Canada. Radio-Canada se réserve le droit de changer, sans préavis, le tarif et les conditions que renferme la présente carte.
Aucune commande n'est acceptée pour une période supérieure à une année.
La classe horaire en vigueur au début de la pause vaut pour toute la pause-indicatif.
La diffusion d'annonces publicitaires peut être retardée de 30 minutes, sans changement de la classe horaire prévue au contrat, quand la programmation, qui précède les annonces, est prolongée ou retardée. Les annonces, diffusées avant le 15 septembre 1980, assument les classes et les tarifs spécifiés sur la carte no 18.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	796 000	778 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	45 300	42 600
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8,0	7,7

Précision: comprenant les 5 réémetteurs

6380

CFCM-TV

BBM/ACR/BCT

IDENTIFICATION
CFCM-TV, canal 4, VHF
1000, Myrand
Sainte-Foy
G1V 2W3
Téléphone: (418) 688-9330; Télex: 051-31509
C.P. 2026
Québec
G1K 7N2
Diffusant en langue française
Puissance, audio: 50 000 watts
vidéo: 100 000 watts
En ondes depuis 1954

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par les Entreprises Télé-Capitale Ltée
1000, Myrand
Sainte-Foy
G1V 2W3
Téléphones: (418) 688-9330
C.P. 2026
Québec
G1K 7N2

Personnel
Président: Wilbrod Bhérer
Vice-président et directeur général: Gilles Grégoire

Réseau
TVA

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: André de Sève
Directeur de l'information: Bernard Cleary

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P6
Téléphone: (514) 526-9201

Personnel
Gérant de la production commerciale: Patrick O'Hara
Directeur commercial: Paul Leclerc

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 33 en vigueur le 1er février 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
Avant 9h30	A	A	A	A	A	C	C
9h30 — 11h15	B	B	B	B	B	C	C
11h15 — 12h	C	C	C	C	C	C	C
12h — 12h15	C	C	C	C	C	B	A
12h15 — 12h30	A	A	A	A	A	B	A
12h30 — 14h	C	C	C	C	C	B	A
14h — 14h30	C	C	C	C	C	C	C
14h30 — 15h30	B	B	B	B	B	C	C
15h30 — 16h	A	A	A	A	A	C	C
16h — 16h30	A	A	A	A	A	B	B
16h30 — 17h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
17h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
18h — 18h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
18h30 — 19h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA*
19h30 — 20h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
20h — 21h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA	AAA
21h30 — 22h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA*
22h30 — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA*
23h — 23h30	A	A	A	A	A	B	C
23h30 — 0h	C	C	C	C	B	B	C
0h — 1h30	C	C	C	C	C	C	C

*Soirée du Hockey: classe AAA de 19h à 23h

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	900	500	250	200	150
60 secondes	1 800	1 000	500	400	300

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe AAA-AA	A-B	C
	$	$	$
15 minutes	2 000	1 200	650
30 minutes	2 650	1 600	850

Matériel publicitaire
Tout le matériel publicitaire doit être reçu par CFCM-TV, 96 heures avant sa mise en ondes et pas plus tard que le jeudi midi pour les émissions de samedi à lundi. La station se dégage de toute responsabilité, si le matériel n'arrive pas à temps. Advenant le cas, le client devra payer le taux horaire régulier et la station pourra exiger le remboursement de tous frais supplémentaires occasionnés pour remplacer le matériel prévu, à condition que le client ait été avisé 48 heures à l'avance.

Équipements techniques
CFCM-TV met à la disposition de ses clients deux studios, 3 cars de reportage, un total de 10 caméras couleur, 3 chaînes de télécine, 3 magnétoscopes de 2", 3 magnétoscopes de 1" type C et 7 magnétoscopes de ¾", dont 4 équipés d'un éditeur électronique, et une enregistreuse à cassettes Ampex acr-25.

Modalités de paiements
Il n'y a pas d'escompte au comptant. L'escompte sur le montant brut (global) d'un contrat ne s'applique que sur une période d'un an et il n'est pas rétroactif.

Divers
Des estimations de coûts pour la production d'émissions et/ou d'annonces sont disponibles sur demande.
Tous les messages et émissions doivent être conformes au code d'éthique de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs et aux règlements sur la télédiffusion émis par les gouvernements fédéral et provincial.
Les tarifs de certaines émissions ou annonces, considérées comme « émissions de pointe », peuvent être augmentés à la discrétion de la station.
L'annulation de programmes sera acceptée, sur réception d'un avis écrit de 4 semaines, à condition que le contrat ait été en vigueur durant au moins 13 semaines.
L'annulation d'annonces sera acceptée sur réception d'un avis écrit de 4 semaines, mais ne prendra effet qu'après 28 jours de diffusion effective.

Tout contrat annulé est sujet à un réajustement du coût basé sur les tarifs en vigueur.
Le second cycle ou les cycles subséquents d'un contrat sont considérés comme achats séparés et sont sujets aux disponibilités et aux politiques en vigueur.
Occasions spécifiques disponibles le mercredi et/ou le jeudi, moyennant une surcharge de 10%, dans des émissions normalement vendues en rotation du lundi au vendredi.

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	934 000	860 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	82 500	75 900
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12.4	12.4

6390

CKMI-TV

BBM/ACR/BCT

IDENTIFICATION
CKMI-TV, canal 5, VHF
1000, Myrand
Sainte-Foy
G1V 2W3
Téléphone: (418) 688-9330; Télex: 051-31509
C.P. 2026
Québec
G1K 7N2
Diffusant en langue anglaise
Puissance, audio: 6 700 watts
vidéo: 13 000 watts
En ondes depuis 1957

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par les Entreprises Télé-Capitale Ltée
1000, Myrand
Sainte-Foy
G1V 2W3
Téléphone: (418) 688-9330
C.P. 2026
Québec
G1K 7N2

Personnel
Président: Wilbrod Bhérer
Vice-président et directeur général: Gilles Grégoire

Réseau
CBC (réseau anglais de télévision)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: André de Sève
Directeur de l'information: Bernard Cleary

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Gérant de la production commerciale: Patrick O'Hara
Directeur commercial: Paul Leclerc

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 16 en vigueur le 1er septembre 1978

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
16h30 — 17h	A	A	A	A	A	B	A
17h — 18h	A	A	A	A	A	AA	A
18h — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe		
	AA	A	B
	$	$	$
30 secondes	50	35	25
60 secondes	100	70	50

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe		
	AA	A	B
	$	$	$
15 minutes	185	150	125
30 minutes	250	200	175

Escompte
Les taux d'escomptes sont disponibles sur demande.

Matériel publicitaire
Tout le matériel publicitaire doit être reçu par CKMI-TV, 96 heures avant sa mise en ondes et pas plus tard que le jeudi midi pour les émissions de samedi midi. La station se dégage de toute responsabilité, si le matériel n'arrive pas à temps. Advenant le cas, le client devra payer le taux horaire régulier et la station pourra exiger le remboursement de tous frais supplémentaires occasionnés pour remplacer le matériel prévu, à condition que le client ait été avisé 48 heures à l'avance.

Équipements techniques
CKMI-TV met à la disposition de ses clients deux studios, 3 cars de reportage, un total de 10 caméras couleur, 3 chaînes de téléciné, 3 magnétoscopes de 23", 3 magnétoscopes de 1" type C, 7 magnétoscopes de ¾", dont 4 équipés d'un éditeur électronique, et une enregistreuse à cassettes Ampex acr-25.

Modalités de paiements
Il n'y a pas d'escompte au comptant. L'escompte sur le montant brut (global) d'un contrat ne s'applique que sur une période d'un an et il n'est pas rétroactif.

Divers
Des estimations de coûts pour la production d'émissions et/ou d'annonces sont disponibles sur demande.
Tous les messages et émissions doivent être conformes au code d'éthique de l'ACR et aux règlements sur la télévision émis par les gouvernements fédéral et provincial. Les tarifs de certaines émissions ou annonces, considérées comme « émissions de pointe », peuvent être augmentés à la discrétion de la station.
L'annulation d'annonces sera acceptée sur réception d'un avis écrit de 4 semaines, mais ne prendra effet qu'après 28 jours de diffusion effective.
Tout contrat annulé est sujet à un réajustement du coût basé sur les tarifs en vigueur.
CKMI-TV se réserve le droit d'augmenter ses tarifs en l'annonçant publiquement. Toutefois, les contrats signés en vertu de cette carte bénéficieront d'une protection de trois mois, à compter de la date d'entrée en vigueur de la nouvelle carte. Cette protection s'applique-

ra, à condition que les contrats signés en vertu de la présente prennent effet avant la mise en vigueur des nouveaux taux. Cette protection s'appliquera, tant qu'il n'y aura pas d'interruption dans l'horaire prévu, interruption attribuable au client.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	198 000	205 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 700	3 400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	2.6	2.4

Trois-Rivieres

6400

CHEM-TV

BBM/ACR/ACRTF/BCT

IDENTIFICATION
CHEM-TV, canal 8, VHF
1400, des Cyprès
Trois-Rivières
G8Y 4S3
Téléphone: (819) 376-8800; Télex: 05-837212
Diffusant en langue française de 7h à 1h du lundi au vendredi et de 8h30 à 1h le samedi et le dimanche
Puissance, vidéo: 5 120 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CHEM Télé 8 Ltée,
Division de Pathonic Communications Inc
1400, des Cyprès
Trois-Rivières
G8Y 4S3
Téléphone: (819) 376-8800

Personnel
Président: André Mercier
Directeur général: Michel Cloutier

Réseau
TVA

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la production et de la programmation: Serge Lalonde
Directeur de l'information et des sports: Serge Bellerose

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul L'Anglais Inc
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9201

Personnel
Directeur des ventes: Pierre-Paul Bourdon

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	274 000	250 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	20 000	23 100
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	10.2	12.9

6410

CKTM-TV

BBM/ACR/ACRTF/BCT

IDENTIFICATION
CKTM-TV, canal 13, VHF
4141, boul. Saint-Jean
Trois-Rivières
G9A 5G3
Téléphone: (819) 377-1441, Télex: 05-837137
C.P. 277
Trois-Rivières
G9A 5G3
Diffusant en langue française, de 7h à 1h15 du lundi au vendredi, de 8h15 à 2h30 le samedi et
de 7h15 à 1h le dimanche
Puissance, audio: 65 000 watts
vidéo: 325 000 watts
En ondes depuis 1958

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télévision Saint-Maurice (1976) Inc
4141, boul. Saint-Jean
Trois-Rivières
G9A 5G3
Téléphone: (819) 377-1441
C.P. 277
Trois-Rivières
G9A 5G3

Personnel
Président: Robert Bonneau
Vice-président et directeur général: Pierre Dumais

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Pierre Dumais
Directeur de l'information: Louis Langlois

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communication A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Personnel
Directeur des ventes: Richard Turgeon
Service commercial des ventes nationales: Pierrette Boisvert

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er décembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
Avant 11h	C	C	C	C	C	C	C
11h — 13h30	B	B	B	B	B	C	C
13h30 — 17h	C	C	C	C	C	B	B
17h — 19h	AA	AA	AA	A	AA	AA	AA
19h — 19h30	AA	AAA	AA	AA	AA	AAA	AAA
19h30 — 20h	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AAA	AAA
20h — 22h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
22h30 — 23h45	A	A	A	A	A	A	A
Après 23h45	C	C	C	C	C	C	C

Classe B: en rotation entre 11h et 13h30 du lundi au vendredi

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Super Spot	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$	$
30 secondes	305	205	160	115	95	40
60 secondes	610	410	320	230	190	80

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande

Escompte
Offres en bloc: tarifs disponibles sur demande
Une remise de 10% s'applique à l'achat des annonces ayant été contractées à l'avance, pour une période de 52 semaines.
Bonis d'été: tarifs sur demande

Matériel publicitaire
La station doit recevoir son matériel, au moins, 96 heures avant la télédiffusion des messages.
Envoyez matériel et instruction à:
Claire de Bellefeuille
Gérant trafic
CKSH-TV
2295, King ouest
Sherbrooke
J1J 2G2
Téléphone: (819) 562-1564

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur les tarifs de la station à toutes agences de publicité reconnue.

Divers
Les périodes d'émissions peuvent être renouvelées par le client, en donnant à la station un avis de 60 jours avant l'expiration de tout contrat de plus de 13 semaines.
Toute annonce, placée entre deux émissions de classes différentes sera vendue au tarif de la plus haute classe.
Les émissions de moins de 5 minutes peuvent être annulées sur avis de 28 jours, par une partie ou l'autre, mais une telle annulation ne pourra toutefois prendre effet qu'à la condition que le contrat et les émissions qu'il prévoit aient été en ondes pendant 4 semaines. Lors d'annulations, le droit aux escomptes de fréquence est retenu et les tarifs sont révisés, et cela, dans le cas de programmes et d'annonces-éclair.
Un contrat est protégé jusqu'à expiration, pourvu qu'il ne soit altéré ni par additions, annulations ou retranchements, changements de date de début et/ou date de fin de campagne, et/ou changements de cours, et/ou période d'hiatus.
Tout contrat, avec hiatus (comprenant 2 ou plusieurs cycles), est considéré comme achat séparé, et est assujetti aux disponibilités.
La protection en aucun cas ne dépassera 52 semaines.
Un contrat, modifié par les raisons stipulées ci-haut, sera considéré comme un nouveau contrat et sera assujetti aux termes et conditions de la carte de tarifs en vigueur.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CKSH-TV et CKTM-TM

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	635 000	631 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	28 500	27 700
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.3	6.2

Cantons-de-l'Est

6420

CHLT-TV

BBM/ACR/ACRTF/BCT

IDENTIFICATION
CHLT-TV, canal 7, VHF
3330, King ouest
Sherbrooke
J1L 1C9
Téléphone: (819) 565-7777; Télex: 05-836129
C.P. 7000
Sherbrooke
J1H 5N2
Diffusant en langue française, de 7h à 1h du lundi au vendredi et de 8h30 à 1h le samedi et le dimanche
Puissance, vidéo: 170 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CHLT Télé 7 (1976) Ltée,
Division de Pathonic Communications Inc.
3330, King ouest
Sherbrooke
J1L 1C9
Téléphone: (819) 565-7777
C.P. 7000
Sherbrooke
J1H 5N2

Personnel
Président: André Mercier
Directeur général: Gilles David

Réseau
TVA

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Denis Langlois
Directeur de l'information: Louis Bergeron

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est bureau A-698
Montréal
H2L 6P2
Téléphone: (514) 526-9201

Personnel
Directeur des ventes: Pierre-Paul Bourdon

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	695 000	771 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	38 200	50 600
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.7	9.2

6430

CKSH-TV

BBM/ACR/ACRTF/BCT

IDENTIFICATION
CKSH-TV, canal 9, VHF
2295, King ouest
Sherbrooke
J1J 3W7
Téléphone: (819) 563-9890; Télex: 05-836263
Diffusant en langue française, de 7h à 1h du lundi au mercredi, de 7h à 2h30 le jeudi et le samedi et de 7h45 à 2h30 le samedi et le dimanche
Puissance, audio: 125 000 watts
vidéo: 325 000 watts
En ondes depuis 1974

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télévision Saint-François Inc.
2295, King ouest
Sherbrooke
J1J 3W7
Téléphone: (819) 563-9890

Personnel
Président: Jacques Lemieux
Directeur général: Serge Raymond

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Ghislain Plante
Directeur de l'information: Gilles Lévesque

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Personnel
Directeur de la vente locale: Paul A. Paradis

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er décembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 11h	C	C	C	C	C	C	C
11h — 13h30	B	B	B	B	B	C	C
13h30 — 17h	C	C	C	C	C	B	B
17h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 19h30	AA	AAA	AA	AA	AA	AAA	AAA
19h30 — 20h	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AAA	AAA
20h — 22h30	AAA	AA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
22h30 — 23h45	A	A	A	A	A	A	A
Après 23h45	C	C	C	C	C	C	C

Classe B: en rotation entre 11h et 13h30 du lundi au vendredi.

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Super Spot	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$	$
30 secondes	305	205	160	115	95	40
60 secondes	610	410	320	230	190	80

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande

Escompte
Offres en bloc: tarifs disponibles sur demande
Une remise de 10% s'applique à l'achat des annonces ayant été contractées à l'avance, pour une période de 52 semaines.
Bonis d'été: tarifs fournis sur demande

Matériel publicitaire
La station doit recevoir son matériel, au moins, 96 heures avant la télédiffusion des messages.
Envoyez matériel et instruction à:
Claire de Bellefeuille
Gérant trafic
CKSH-TV
2295, King ouest
Sherbrooke
J1J 2G2
Téléphone: (819) 562-1564

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur les tarifs de la station à toutes agences de publicité reconnues.

Divers
Les périodes d'émissions peuvent être renouvelées par le client, en donnant à la station un avis de 60 jours, avant l'expiration de tout contrat de plus de 13 semaines.
Toute annonce, placée entre deux émissions de classes différentes, sera vendue au tarif de la plus haute classe.
Les émissions de moins de 5 minutes peuvent être annulées sur avis de 28 jours, par une partie ou l'autre, mais une telle annulation ne pourra toutefois prendre effet, qu'à la condition que le contrat et les émissions qu'il prévoit aient été en ondes pendant 4 semaines. Lors d'annulations, le droit aux escomptes de fréquence est retenu et les tarifs sont révisés dans le cas de programmes et d'annonces éclair.
Un contrat est protégé jusqu'à expiration, pourvu qu'il ne soit altéré, ni par additions, annulations ou retranchements, changements de date de début et/ou date de fin de campagne, et/ou changement de cours, et/ou période d'hiatus.
Tout contrat, avec hiatus (comprenant 2 ou plusieurs cycles), est considéré comme achat séparé et est assujetti aux disponibilités.
La protection, en aucun cas, ne dépassera 52 semaines.
Un contrat, modifié par les raisons stipulées ci-haut, sera considéré comme un nouveau contrat et sera assujetti aux termes et conditions de la carte de tarifs en vigueur.

Tarifs publicitaires régionaux
Carte No 5 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 11h	C	C	C	C	C	C	C
11h — 17h	A	A	A	A	A	A	A
17h — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
Après 23h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B	C
	$	$	$	$
30 secondes	110	58	48	33
60 secondes	180	95	80	55

Classe AAA: émissions « primées », 30 secondes pour seulement 140$ (minimum 13 semaines consécutives et aucun escompte de fréquence)

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Saturation A	30 sec	999	7 jours consécutifs	7 AA 7 A 7 B	21
Saturation B	30 sec	700	7 jours consécutifs	4 AA 4 A 4 B 2 C	14
De fin de sem	30 sec	260	S et D	2 AA 2 A 2 B	6

Classe	Durée	Fréquence 40	65	130	260
		$	$	$	$
Classe AA	30 SEC	107	103	98	90
	60 SEC	175	170	160	145
Classe A	30 SEC	56	53	50	46
	60 SEC	92	87	82	75
Classe B	30 SEC	46	45	44	40
	60 SEC	77	75	72	65
Classe C	30 SEC	32	31	30	28
	60 SEC	52	50	48	45

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CKSH-TV et CKTM-TV

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	648 000	635 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	26 400	22 900
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	5.7	5.1

Montreal

6440

CBFT-TV

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CBFT-TV, canal 2, VHF
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211; Télex: 05-267417
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue française
Puissance, audio: 10 000 watts
vidéo: 100 000 watts
En ondes depuis 1952

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la télévision: Jean-Marie Dugas

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteurs

CBFAT	canal 5	Chibougamau
CBFAT-1	canal 12	Chapais
CBFGT	canal 9	Fort-Georges
CBFHT	canal 9	Fort-Rupert
CBFMT	canal 9	Poste-de-Mistassini
CBFRT	canal 8	Radisson
CBFT-1	canal 11	Mont-Tremblant
CBFT-2	canal 3	Mont-Laurier
CBFT-3	canal 7	Saint-Michel-des-Saints
CBFT-4	canal 12	Parent
CBFT-5	canal 5	Manouane
CBFT-6	canal 10	Obedjiwan
CBFT-7	canal 6	Weymount
CBFWT	canal 9	Nouveau-Comptoir
CBIM	canal 12	Cap-aux-Meules
CFAH-1	canal 11	Putuniq
CHLG	canal 4	La Grande-Trois
CHLG-1	canal 6	La Grande-Quatre
CHLG-2	canal 3	Petite Opinaca
CHLG-3	canal 6	Lac Boyd
CHLG-4	canal 5	Eastmain
CHLG-5	canal 5	Duplanter
CHLG-6	canal 12	Brisay
CHLG-7	canal 12	Camperment Fontage
CHLG-8	canal 12	La Grande-Un

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, AFP, REUTER, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Jean-Claude Rinfret
Directeur de l'information: Marc Thibault

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Vente nationale sélectionnée (TV) de Radio-Canada
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Téléphone: (514) 285-2131

Personnel
Directeur des ventes à la télévision: William E. Chevrier
Gérant de la vente sélectionnée: Jacques Bazinet

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 38A en vigueur le 15 septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 12h	D	D	D	D	D	D	D
12h — 13h30	CC	CC	CC	CC	CC	D	D
13h30 — 14h	C	C	C	C	C	D	D
14h — 17h	D	D	D	D	D	D	D
17h — 17h50	B	B	B	B	B	C	D
17h50 — 18h50	A	A	A	A	A	C	D
18h50 — 19h	A	AA	A	A	A	A	AA
19h — 19h20	A	AAA	A	AA	AA	AA	AAA
19h20 — 19h30	A	AAA	AA	AA	AA	AA	AAA
19h30 — 19h50	AA	AAA	AAA	AAA	AA	AA	AAA
19h50 — 20h	AA	AAA	AAA	AAA	AA	AAA	AAA
20h — 20h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AAA	AA
20h30 — 21h	AAA	AAA	AA	AAA	AA	AAA	AA
21h — 22h	AAA	AA	AA	AAA	AA	AAA	AA
22h — 22h30	AAA	AA	AA	AAA	AA	AA	A
22h30 — 23h	A	A	A	A	A	A	A
23h — 23h30	A	A	A	A	A	BB	D
23h30 — 1h	D	D	D	CC	BB	BB	D
Après 1h	D	D	D	D	D	D	D

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	BB	B	CC	C	D
	$	$	$	$	$	$	$	$
30 secondes	800	630	475	375	275	225	150	100
60 secondes	1 600	1 260	950	750	550	450	300	200

Escompte
Certaines annonces, désignées par la Société et d'une valeur totale brute d'au moins 1 300$, sont disponibles en blocs hebdomadaires à 75% du tarif brut.
Chaque bloc doit être programmé au cours d'une période de 7 jours et ne peut pas se combiner avec d'autres annonces, ni donner droit à d'autres remises.
Les annonces programmées toutes les semaines pendant 52 semaines donnent lieu à une remise de continuité de 10%. les annonces des classes C et D ne peuvent pas se combiner avec celles des autres classes aux fins de la remise de continuité.
Les annonces, qui sont diffusées au cours de la période du 15 juin 1981 au 13 septembre 1981, donnent droit aux remises suivantes:
Avant 18h00: 30%
Après 18h00: 20%

Modalités de paiements
Une commission de 15% sera accordée aux agences reconnues de publicité sur la facturation nette des tarifs des annonces et des tarifs horaires des émissions. Aucune commission n'est accordée sur les autres frais. Il n'y a pas d'escompte au comptant.
Les frais sont payables en devises canadiennes dans les 20 jours suivant la date de la facture. La contestation de certains articles facturés n'autorise aucunement à retarder le paiement des frais incontestés.
L'annonceur publicitaire doit payer les frais d'expédition et les droits de douane.
Le tarif des annonces éclair est sujet à la taxe de vente provinciale de 2% du Québec sur la publicité électronique.

Équipements techniques
Des renseignements seront fournis, sur demande, touchant les frais et l'utilisation des installations, des équipements techniques et des services d'annonceur ainsi que la production d'émissions et de messages publicitaires.

Divers
Tous les contrats sont conclus subordonnément à la Loi sur la radiodiffusion, aux règlements du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à la politique de la Société Radio-Canada.
La présente carte de tarifs a pour seul objet de renseigner les annonceurs publicitaires; elle ne constitue pas une offre de la part de la Société Radio-Canada. Radio-Canada se réserve le droit de changer, sans préavis, le tarif et les conditions que renferme la présente carte.

Aucune commande n'est acceptée pour une période supérieure à une année. La classe horaire, en vigueur au début de la pause, vaut pour toute la pause-indicatif.
La diffusion d'annonces publicitaires peut être retardée de 30 minutes, sans changement de la classe horaire prévue au contrat, quand la programmation qui précède les annonces est prolongée ou retardée. Les annonces, diffusées avant le 15 septembre 1980, assument les classes et les tarifs spécifiés sur la carte de tarif no 35.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	2 801 000	1 945 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	142 700	159 000
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7,1	7,1

Précision: les estimés comprennent les stations: CBFT-1, Mont- Tremblant, CBFT-2, Mont-Laurier, CBFAT, Chibougamau, CBFAT-1, Chapais, CBFST, Fort-Georges, CBFT-4, Parent, CBFRT, Radisson, CBFWT, Nouveau- Comptoir.

6450

CBMT-TV

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CBMT-TV, canal 6, VHF
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211; Télex: 053-4260
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue anglaise
Puissance, audio: 15 000 watts
vidéo: 100 000 watts
En ondes depuis 1954

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Canadian Broadcasting Corporation
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur de la région de Québec: Raymond Chaisson
Directeur de la télévision: Léo Rampen

Réseau
CBC (réseau anglais de télévision)

Réémetteurs

CBJET	canal 58	Chicoutimi
CBMDT	canal 12	Poste-de-Mistassini
CBMIT	canal 28	Baie-Comeau
CBMLT	canal 10	La Tabatière
CBMNT	canal 12	Nouveau-Comptoir
CBMPT	canal 11	Rivière-Saint-Paul
CBMRT	canal 9	Fermont
CBMST	canal 12	Fort-Georges

CBMST	canal 5	Blanc-Sablon
CBMT-1	canal 28	Trois-Rivières
CBMT-2	canal 30	Magog
CBMT-3	canal 50	Sherbrooke
CBMT-4	canal 32	Thetford-Mines
CBMUT	canal 13	Harrington Harbour
CBMVT	canal 12	Old Port Bay
CBMXT	canal 7	Saint-Augustin (Saguenay)
CBMYT	canal 7	Îles-de-la-Madeleine
CBSET	canal 3	Sept-Îles
CBSET-1	canal 7	Schefferville
CHAH	canal 13	Putuniq

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, AFP, REUTER, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Léo Rampen
Réalisateur exécutif des nouvelles: Stephen Phizicky

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
CBC national selective TV sales
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Téléphone: (514) 285-2056

Personnel
Chef des ventes publicitaires: Gaston Poulin
Directeur adjoint des ventes publicitaires: Jean Denis

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 32 en vigueur le 9 janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 16h30	D	D	D	D	D	D	D
16h30 — 17h	B	B	B	B	B	D	D
17h — 17h30	C	C	C	C	C	D	D
17h30 — 18h	BB	BB	BB	BB	BB	D	BB
18h — 19h	A	A	A	A	A	C	AA
19h — 19h30	A	A	A	A	A	A	AA
19h30 — 19h55	B	B	B	B	A	A	AA
19h55 — 20h	A	A	A	A	A	A	AA
20h — 20h30	AAA	AAA	B	A	A	B	B
20h30 — 21h	AAA	AA	B	BB	A	B	B
21h — 21h30	AA	B	B	AA	B	B	B
21h30 — 22h	A	B	B	BB	B	B	B
22h — 22h30	B	A	A	B	AA	B	BB
22h30 — 22h55	B	A	A	B	AA	B	A
22h55 — 23h27	A	A	A	A	A	A	A
23h27 — 23h45	B	B	B	B	B	B	B
Après 23h45	D	D	D	D	D	D	D

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	BB	B	C	D
	$	$	$	$	$	$	$
30 secondes	350	300	225	150	125	70	45
60 secondes	700	600	550	300	250	140	90

Tarifs d'un programme selon la classe

Émission/classe	Début	Période En cours	Fin
Nouvelles nationales	A	—	A
Nouvelles locales	—	—	B
Baseball	A	A	BB
CFL Football	A	A	BB
NFL Football	A	A	BB
NHL Hockey	AAA	AAA	A
Sports Weekend	C	C	C
Programmes de nuit	C	C	C

Escompte
Plan de fin de semaine de 500$ ou plus: 80% du tarif régulier
Plan classe C et D sans spécification de la période: 50% du tarif régulier pour 10 annonces ou plus de 30 secondes
52 semaines consécutives: 10% d'escompte
Les classes C et D ne peuvent être combinées avec les autres classes pour profiter de la remise de continuité
Du 29 juin au 27 septembre: 20% sans remise de continuité
10% avec remise de continuité

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	1 654 000	1 612 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	45 500	41 900
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	3.8	3.9

Précision: les estimés comprennent les stations: CBSET-1, Schefferville, CBMT-1, Trois-Rivières, CBJET, Chicoutimi

6460

CFCF-TV

BBM/ACR/BCT

IDENTIFICATION
CFCF-TV, canal 12, VHF
405, Avenue Ogilvy
Montréal
H3N 1M4
Téléphone: (514) 273-6311; Télex: 05-826638
Diffusant en langue anglaise
Puissance, audio: 160 000 watts
vidéo: 325 000 watts
En ondes depuis 1961

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Multiple Access Ltd.
405, avenue Ogilvy
Montréal
H3N 1M4
Téléphone: (514) 273-6311

Personnel
Directeur général: El Hambleton

Réseau
Canadian Television Network (CTV)

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Bill Callender
Directeur des nouvelles: Michael Donegan

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Personnel
Directeur des ventes: Robert Cole

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	2 665 000	2 674 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	114 100	111 400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	6.0	6.0

6470

CFTM-TV

BBM/ACR/ACRTF/BCT

IDENTIFICATION
CFTM-TV, canal 10, VHF
1600, boul. de Maisonneuve est
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9251; Télex: 05-267329
C.P. 170, Succ. « C »
Montréal
H2L 4P6
Diffusant en langue française, de 7h25 à 1h05 du lundi au jeudi,
de 7h25 à 2h35 le vendredi,
de 8h25 à 2h05 le samedi et
de 8h25 à 1h05 le dimanche
Puissance, audio: 162 500 watts
vidéo: 325 000 watts
En ondes depuis 1960

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Télé-Métropole Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9251
C.P. 170, Succ. « C »
Montréal
H2L 4P6

Personnel
Président du conseil d'administration et chef de la direction: Roland Giguère
Président exécutif et directeur général: Gaston W. Bélanger

Réseau
TVA

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, NTR, UPI
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Vincent Gabrielle
Directeur de l'information: Gilles Deschênes
Chef de la production: Claude Taillefer

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9201

Personnel
Gérant des ventes locales et régionales: Jacques Pilon
Directeur commercial: J.-Richard Genin

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 21 en vigueur le 31 août 1980

Classes de tarifs
La station détermine elle-même à quelle classe correspond chaque émission. Cette information est disponible sur demande.

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe SUPER	AAA	AA	A	B	C	D
	$	$	$	$	$	$	$
30 secondes	1 720	1 565	1 245	840	545	370	220
60 secondes	3 440	3 130	2 490	1 680	1 090	740	440

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe A (18h à 23h) du lundi au vendredi	B (autres périodes)
	$	$
15 minutes	3 650	2 550
30 minutes	6 100	3 950

Escompte
Il existe plusieurs plans hebdomadaires combinés ou de pénétration, qui donnent jusqu'à 15% d'escompte sur le tarif de fréquence acquise, applicable au montant total des achats.
Chaque plan compte pour une unité en regard de la fréquence.
Les détails de ces plans peuvent être obtenus par l'intermédiaire de l'un de nos représentants.

Annonces

Classe	Durée	Fréquence 52 — 103	104 — 207	207 et plus
		$	$	$
Super	30 sec	1 685	1 655	1 585
	60 sec	3 370	3 310	3 170
AAA	30 sec	1 530	1 500	1 440
	60 sec	3 060	3 000	2 880
AA	30 sec	1 220	1 190	1 140
	60 sec	2 440	2 380	1 280
A	30 sec	825	810	775
	60 sec	1 650	1 620	1 550
B	30 sec	540	525	505
	60 sec	1 080	1 050	1 010
C	30 sec	360	355	335
	60 sec	720	710	670
D	30 sec	215	210	200
	60 sec	430	420	400

Toutes les classes d'annonces peuvent être combinées pour fins d'escompte de fréquence.
Tous les escomptes inscrits sur la présente carte, sont cumulatifs, mais non rétroactifs. Les contrats, annulés en partie ou en totalité, sont assujettis au tarif ajusté à la fréquence.
L'escompte de fréquence acquis par contrat d'émissions s'applique à un contrat d'annonces subséquent. Par contre, l'escompte de fréquence acquis par un contrat d'annonces ne s'applique pas à un contrat d'émissions subséquent.

Programmes

Classe	Durée	Fréquence 39 occasions
		$
A (18h à 23h)	15 minutes	2 550
	30 minutes	4 250
B (autres périodes)	15 minutes	1 800
	30 minutes	2 750

Matériel publicitaire
Lorsque la station ne reçoit pas de l'agence ou de l'annonceur la matière à diffuser (émission ou message publicitaire), au moins trois (3) jours ouvrables avant la date spécifiée au contrat, pour sa diffusion (excluant les samedis, dimanches et jours fériés), la station peut facturer l'agence ou l'annonceur pour ledit temps d'antenne.

Modalités de paiements
L'agence et l'annonceur conviennent conjointement et solidairement de régler toutes les factures que lui fait tenir la station, en vertu du présent contrat, selon le calendrier normalisé, en monnaie canadienne, dans les 30 jours qui suivent leur réception.
Tous les montants, impayés à l'expiration dudit délai de trente (30) jours, sont assujettis d'un intérêt composé, calculé mensuellement au taux de un et demi pour cent (1½%), ledit intérêt devenant dû à partir du soixante et unième (61e) jour de la date de facturation de chacun desdits montants et aussi longtemps que lesdits montants ne seront pas payés.
La station se réserve le droit de modifier ce taux d'intérêt à 30 jours d'avis.
Un escompte de 15% est accordé à toutes les agences de publicité reconnues par l'ACR.
Aucun escompte au comptant.
Les frais de production ne sont sujets à aucune commission.

Divers
En plus de son comité d'acceptation commerciale, CFTM-TV souscrit aux politiques du Comité des Télédiffuseurs dont il est membre.
Ces comités sont régis en outre par les directives suivantes:
Annonces sans unité et non intégrées.
Les messages de 60 secondes divisés.
Publicité comparative.
Publicité des concours et primes.
Produits d'hygiène féminine.
Produits laxatifs et hémorroïdaux.
Publicité d'opinions.
Loi 72 du Gouvernement du Québec: protection du consommateur, publicité destinée aux enfants.
Pour de plus amples informations, communiquer avec:
Mme Micheline Furois-Bé[illegible]ubé
Coordonnatrice/Services français
Le Comité des Télédiffuseurs
Téléphone: (514) 526-9251
Le tarif et les conditions de cette carte peuvent être modifiés, sans préavis.
Les contrats d'une durée de 52 semaines ont priorité sur les contrats de plus courte durée, lorsque renouvelés 60 jours avant la date de leur expiration.
Dans les cas où le contrat vise à la diffusion d'émissions d'une durée de cinq (5) minutes ou plus, une partie peut le résilier en donnant à l'autre partie un avis écrit d'au moins quatre (4) semaines, au cours desquelles est prévue la diffusion desdites émissions. Ladite résiliation ne prendra effet qu'après l'expiration de treize (13) semaines au cours desquelles a été prévue la diffusion desdites émissions. Un avis verbal est acceptable s'il est confirmé, par écrit dans les sept (7) jours. (Semaine de diffusion signifie du lundi au dimanche).
Dans les cas où le contrat vise à la diffusion d'annonces publicitaires d'une durée de moins de cinq (5) minutes, une partie peut le résilier en donnant à l'autre partie un avis écrit d'au moins quatre (4) semaines au cours desquelles est prévue la diffusion desdites annonces publicitaires. Ladite résiliation ne prendra effet qu'après l'expiration d'une période de quatre (4) semaines au cours desquelles a été prévue la diffusion desdites annonces publicitaires. Un avis verbal est acceptable s'il est confirmé, par écrit, dans les sept (7) jours. (Semaine de diffusion signifie du lundi au dimanche).
Toute deuxième ou autre période d'un contrat où des hiatus, d'une semaine ou plus, sont prévus, est considérée comme un engagement séparé et subordonné, par période, aux priorités, règlements et nouveaux tarifs et CFTM-TV.
Un contrat de commandite d'émissions a priorité sur un contrat d'annonces.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	2 819 000	2 959 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	247 100	264 000
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	12.3	13.1

6480

CIVM-TV

BBM

IDENTIFICATION
CIVM-TV, canal 17, UHF
800, Fullum
Montréal
H2K 3L7
Téléphone: (514) 873-4611; Télex: 05-25631 et 05-25808
Diffusant en langue française, de 13h30 à 22h30 tous les jours
Puissance, vidéo: 1 212 000 watts
En ondes depuis 1975

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société de Radio-Télévision du Québec
800, Fullum
Montréal
H2K 3L7
Téléphone: (514) 873-4611 et (514) 873-5567

Personnel
Président du conseil d'administration: Guy Rocher
Président et directeur général: M. Gérard Barbin

Réseau
Radio-Québec

Réémetteur

CIVA-TV	canal 12	Val-d'Or
CIVL-TV	canal 21	Mont-Laurier
CIVN-TV	canal 8	Rouyn
CIVO-TV	canal 30	Hull
CIVQ-TV	canal 15	Québec

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Claude Désorcy
Directeur des communications: Claude Bédard

PUBLICITÉ
Station non publicitaire

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	855 000	975 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	15 500	16 800
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	2.5	2.4

Outaouais

6490

CBOFT-TV

BBM

IDENTIFICATION
CBOFT-TV, Canal 9, VHF
250, Lanark
Ottawa
K1Y 1E4
Téléphone: (613) 725-3511
C.P. 3220, Succ. « C »
Ottawa
K1Y 1E4
Diffusant en langue française
Puissance, audio: 25 600 watts
vidéo: 128 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteurs

CBOFT-1	canal 11	Chapeau
CBOFT-2	canal 31	Rapides-des-Joachims

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des émissions: Jean Baulu

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Vente nationale sélectionnée (TV) de Radio-Canada
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Téléphone: (514) 285-2131

Personnel
Chef des ventes: L. O'Neil
Chef des tarifs: Guy Marois

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 30 en vigueur le 12 janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 12h30	C	C	C	C	C	C	C
12h30 — 13h30	BB	BB	BB	BB	BB	C	C
13h30 — 14h	B	B	B	B	B	C	C
14h — 17h	C	C	C	C	C	C	C
17h — 17h50	B	B	A	B	B	C	C
17h50 — 18h50	A	A	A	A	A	C	C
18h50 — 19h	A	A	A	A	A	A	AA
19h — 19h30	B	B	B	B	B	AA	AAA
19h30 — 19h50	B	AA	AA	AAA	B	AA	AAA
19h50 — 20h	AA	AAA	AA	AAA	B	AAA	AAA
20h — 20h30	AAA	AAA	AA	AAA	A	AAA	AA
20h30 — 21h	AAA	AAA	AA	AAA	A	AAA	AA
21h — 22h	AAA	AA	AA	AAA	A	AAA	AA
22h — 22h30	AAA	AA	AA	AA	A	AA	A
22h30 — 23h	A	A	A	A	A	A	A
23h — 23h30	A	A	A	A	A	B	C
23h30 — 1h	C	C	C	C	B	B	C
Après 1h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	BB	B	C
	$	$	$	$	$	$
30 secondes	130	110	85	65	50	35
60 secondes	260	220	170	130	100	70

Escompte
Certaines annonces (sauf en classe AAA), désignées par la Société et d'une valeur totale brute d'au moins 340$, sont disponibles en blocs hebdomadaires à 75% du tarif brut.
Chaque bloc doit être programmé au cours d'une période de 7 jours et ne peut pas se combiner avec d'autres annonces, ni donner droit à d'autres remises.
Les annonces, programmées toutes les semaines pendant 52 semaines, donnent lieu à une remise de continuité de 10%. Les annonces de la classe C ne peuvent pas se combiner avec celles des autres classes, aux fins de la remise de continuité.
Les annonces qui sont diffusées au cours de la période du 15 juin 1981 au 13 septembre 1981 donnent droit aux remises suivantes:
Avant 18h: 30%
Après 18h: 20%

Modalités de paiements
Une commission de 15% sera accordée aux agences de publicité reconnues sur la facturation nette des tarifs des annonces et des tarifs horaire des émissions. Aucune commission n'est accordée sur les autres frais. Il n'y a pas d'escompte au comptant.
Les frais sont payables, en monnaie canadienne, dans les 20 jours suivant la date de la facture. La contestation de certains articles facturés n'autorise aucunement à retarder le paiement des frais incontestés.
L'annonceur publicitaire doit payer les frais d'expédition et les droits de douane.

Divers
Des renseignements seront fournis, sur demande, touchant les frais et l'utilisation des installations, des équipements techniques et des services d'annonceurs, ainsi que la production de messages publicitaires.
Tous les contrats sont conclus subordonnément à la Loi sur la radiodiffusion, aux règlements du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à la politique de la Société Radio-Canada.
La présente carte de tarifs a pour seul objet de renseigner les annonceurs publicitaires; elle ne constitue pas une offre de la part de la Société Radio-Canada. Radio-Canada se réserve le droit de changer, sans préavis, le tarif et les conditions que renferme la présente carte.
Aucune commande n'est acceptée pour une période supérieure à une année.
La classe horaire en vigueur au début de la pause vaut pour toute la pause-indicatif.
La diffusion d'annonces publicitaires peut être retardée de 30 minutes, sans changement de la classe horaire prévue au contrat, quand la programmation qui précède les annonces est prolongée ou retardée.

ESTIMÉS BBM

	Période	
	Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	261 000	267 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	13 200	—
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.1	6.2

Précision: comprenant les 2 réémetteurs.

6500

CHOT-TV

BBM/ACR/ACRTF/CNJC

IDENTIFICATION
CHOT-TV, canal 40, UHF
171, Jean Proulx
Hull
J8Z 1W5
Téléphone: (819) 770-1040; Télex: 053-4882
C.P. 4010
Hull
J8Z 1W5
Diffusant en langue française, de 8h à 22h le lundi,
de 8h à 1h30 le mardi et jeudi,
de 8h à 1h le mercredi,
de 8h à 2h30 le vendredi et le samedi et
de 8h30 à 1h30 le dimanche
Puissance, audio: 2 000 watts
vidéo: 20 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio Nord Inc.
380, Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9X 5A5

Personnel
Président: Alain Gourd
Directeur général: Pierre Thibault

Réseau
TVA

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur de la programmation: Robert Parent
Directeur des nouvelles et de l'information: Rosaire Cauchon

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9201

Personnel
Vice-président des ventes: Pierre Thibault

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 7h30	C	C	C	C	C	C	C
7h30 — 9h	B	B	B	B	B	C	C
9h — 9h30	C	C	C	C	C	C	C
9h30 — 11h	B	B	B	B	B	C	C
11h — 12h	C	C	C	C	C	C	C
12h — 12h15	C	C	C	C	C	B	B
12h15 — 14h	B	B	B	B	B	B	B
14h — 15h30	B	B	B	B	B	B	C
15h30 — 16h	C	C	C	C	C	C	C
16h — 16h30	B	B	B	B	B	C	C
16h30 — 17h	A	A	A	A	A	B	C
17h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B	C
18h — 18h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h30 — 20h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA	AA
20h30 — 22h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA	AA
22h30 — 23h15	A	A	A	A	A	A	A
23h15 — 24h	B	B	B	B	B	B	B
Après 24h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe				
	AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	150	125	85	60	50
60 secondes	300	250	170	120	100

À la discrétion de la station, certaines émissions sont « primées » et facturées aux taux de la classe AAA.

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe	
	17h30 à 23h00	Autres périodes
	$	$
5 minutes	300	200
10 minutes	335	240
15 minutes	400	290
30 minutes	600	440

Escompte
Escompte de continuité: 10% sur tout contrat de 52 semaines consécutives

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% est consentie à toute agence de publicité reconnue par L'ACR.

Divers
CHOT-TV se réserve le droit d'augmenter ses tarifs en l'annonçant publiquement. Toutefois, les contrats signés en vertu de cette carte bénéficieront d'une protection de trois mois, à compter de la date d'entrée en vigueur de la nouvelle carte. Cette protection s'appliquera, à condition que les contrats, signés en vertu de la présente, prennent effet avant la mise en vigueur des nouveaux taux. Cette protection s'appliquera, tant qu'il n'y aura pas d'interruption dans l'horaire prévu.
Des estimations de coûts pour la production d'émissions et/ou d'annonces sont disponibles sur demande.
Les classes de certaines émissions peuvent être changées, à la discrétion de la station en tout temps.
Tout contrat annulé est sujet à un réajustement du coût basé sur les tarifs en vigueur.
Le second cycle ou les cycles subséquents d'un contrat sont considérés comme achats séparés et sont sujets aux disponibilités et aux politiques en vigueur.

Tarifs publicitaires locaux
Carte No 2 en vigueur le 1er juillet 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 12h30	B	B	B	B	B	B	B
12h30 — 17h	A	A	A	A	A	B	B
17h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
18h — 18h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
18h30 — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	A
19h — 19h30	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
19h30 — 20h	AAA	AAA	AAA	AA	AA	A	A
20h — 20h30	AAA	AA	AAA	AA	AA	A	A
20h30 — 23h30	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
23h30 — 1h30	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 secondes	130	90	75	60
60 secondes	260	180	150	120

Escompte
Les tarifs des plans de saturation et d'auditoire total sont disponibles sur demande.

Classe	Durée	Fréquence 25 — 74	75 — 149	150 — 249	250 et plus
		$	$	$	$
AA	30 sec.	85	81	76	72
	60 sec.	170	162	152	144
A	30 sec.	72	67	64	60
	60 sec.	144	134	128	120
B	30 sec.	57	54	51	48
	60 sec.	114	108	102	96

Nous ne tenons pas compte du nombre de messages des plans de saturation et d'auditoire total, pour le calcul des escomptes de fréquence.

Modalités de paiements
Des frais de services de 1½% seront exigés sur toutes factures non payées après 60 jours (frais minimum: 1$)
Il est convenu que l'arrêt d'un chèque ou le refus par la banque d'un chèque, pour insuffisance de fonds, entraîne automatiquement l'arrêt immédiat d'une campagne et de toute entente relative.
CHOT-TV exigera paiement en avance de 7 jours, si une campagne est diffusée au cours d'une période inférieure à 90 jours, par un client irrégulier ou un client régulier dont les habitudes de paiement sont instables.

Divers
Une estimation des coûts de production peut être fournie sur demande.
Les tarifs de cette carte sont sujets à changement, sans préavis.
À moins d'une entente spéciale, tout arrêt de campagne ou annulation doit se faire avec un préavis écrit de 7 jours. Le tarif sera réajusté par CHOT-TV, si la fréquence d'utilisation a été inférieure à l'entente. Si le retard dans le paiement d'un montant dû, relatif à une entente de fréquence avec CHOT-TV, excède 60 jours, CHOT-TV ne sera pas tenu de respecter les ententes convenues.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	249 000	286 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	14 100	17 200
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.9	8.4

Nord-Ouest

6510

CFEM-TV

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CFEM-TV, canal 13, VHF
380, avenue Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741; Télex: 057-46526
C.P. 70
Rouyn
J9X 5A5
Diffusant en langue française, de 8h30 à 1h tous les jours
Puissance, vidéo: 215 000 watts
En ondes depuis 1979

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio-Nord Inc.
380, avenue Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9X 5A5

Personnel
Président: Alain Gourd
Vice-président et directeur général: Yvon Larivière

Réseau
TVA

Réémetteur
CFEM-TV-1 canal 10 Val-d'Or

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Personnel
Responsable de la programmation: Gilles Lortie
Responsable des nouvelles et de l'information: Yvon Larivière

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9201

Personnel
Vice-président aux ventes: Yvon Larivière
Directeur des ventes: Jean-Guy Veillette

Tarifs publicitaires nationaux

Carte No 2 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 7h30	C	C	C	C	C	C	C
7h30 — 9h	B	B	B	B	B	C	C
9h — 9h30	C	C	C	C	C	C	C
9h30 — 11h	A	A	A	A	A	C	C
11h — 12h	C	C	C	C	C	C	C
12h — 12h15	C	C	C	C	C	B	B
12h15 — 14h	B	B	B	B	B	B	B
14h — 15h30	B	B	B	B	B	B	C
15h30 — 16h	C	C	C	C	C	C	C
16h — 16h30	B	B	B	B	B	C	C
16h30 — 17h	A	A	A	A	A	B	C
17h — 18h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B	C
18h — 18h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h30 — 20h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
20h30 — 22h30	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
22h30 — 23h15	A	A	A	A	A	A	A
23h15 — 24h	B	B	B	B	B	B	B
Après 24h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe				
	AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	135	120	85	60	50
60 secondes	270	240	170	120	100

À la discrétion de la station, certaines émissions seront « primées » et chargées aux taux de la classe AAA.

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe	
	AAA-AA	Autres périodes
	$	$
5 minutes	300	200
10 minutes	335	240
15 minutes	400	290
30 minutes	600	440

Escompte

Remise de continuité: 10% sur tout contrat de 52 semaines consécutives.

Remise d'achat combiné: 10% d'escompte sur tout achat combiné avec CKRN-TV.

Matériel publicitaire

Si le matériel publicitaire n'est pas reçu par la station 96 heures avant sa mise en ondes, ceci n'incluant pas le samedi, le dimanche et les jours de fête, celle-ci avisera l'agence de la non réception du matériel par télégramme à percevoir. La station n'endossera aucunement la responsabilité de la non réception du matériel publicitaire et, si pareil cas se présentait, la station sera entièrement remboursée pour le matériel employé et le temps de la station, puisque celle-ci aura avisé l'annonceur de la non réception du matériel, tel que décrit ci- dessus.

Modalités de paiements

Une commission de 15% est accordée à toute agence de publicité reconnue par l'ACR.

Il n'y a pas d'escompte au comptant. L'escompte sur le montant brut (global) d'un contrat ne s'applique que sur une période d'un an et il n'est pas rétroactif.

Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers

CFEM-TV se réserve le droit d'augmenter ses tarifs en l'annonçant publiquement. Les contrats, signés après la date d'émission, sont assujettis aux nouveaux tarifs à partir de la date d'entrée en vigueur.

Des estimations de coûts pour la production d'émissions et/ou annonces sont disponibles sur demande.

Tous les messages et émissions doivent être conformes au code d'éthique de l'ACR et aux règlements sur la télédiffusion émis par les gouvernements fédéral et provincial.

Les classes de certaines émissions peuvent être changées à la discrétion de la station, en tout temps.

Tout contrat annulé est sujet aux conditions standard de l'ACR et à un réajustement du coût basé sur les tarifs en vigueur, selon la fréquence Le second cycle ou les cycles subséquents d'un contrat sont considérés comme achats séparés et sont sujets aux disponibilités et aux politiques en vigueur.

Tarifs publicitaires locaux

Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 12h	D	D	D	D	D	C	D
12h — 13h30	B	B	B	B	B	C	B
13h30 — 17h	C	C	C	C	C	C	C
17h — 18h	A	A	A	A	A	A	A
18h — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
23h — 24h	A	A	A	A	A	A	A
Après 24h	C	C	C	C	B	B	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe				
	AA	A	B	C	D
	$	$	$	$	$
20 secondes	70	43	41	31	24
30 secondes	92	70	52	43	32
60 secondes	138	92	70	55	43

AAA: messages publicitaires d'émissions primées, soit 10% de plus selon la fréquence

Tarifs d'un programme selon la classe

Les tarifs de programmes de 5, 10, 15 ou 30 minutes sont fournis sur demande

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion		Nombre d'annonces requis par le plan
			Jours	Heures ou classes	
		$			
Audience totale-1	30 sec.	250	3 à 5	1 AA 1 A 2 C 2 D	6
Audience totale-2	30 sec.	250	3 à 5	1 AA 2 B 5 D	7
Audience totale-3	30 sec.	250	3 à 5	2 A 2 C 4 D	8
Saturation	10 sec.	285	3 à 5	12h-ferm. 4 AA minimum	15
CKRN-TV ou CFEM-TV	20 sec.	350	3 à 5	12h-ferm. 3 AA minimum	10
Saturation CKRN-TV et CFEM-TV	Voir les tarifs publicitaires combinés				

Classe	Durée	Fréquence			
		25 à 74	75 à 149	150 à 249	250 et plus
		$	$	$	$
AA	20 sec.	67	66	65	64
	30 sec.	90	88	86	83
	60 sec.	133	127	115	110
A	20 sec.	42	41	40	37
	30 sec.	67	66	65	64
	60 sec.	89	83	79	74
B	20 sec.	38	37	35	34
	30 sec.	51	50	49	48
	60 sec.	67	66	65	64
C	20 sec.	30	29	28	26
	30 sec.	42	41	40	38
	60 sec.	54	53	52	50
D	20 sec.	23	22	21	20
	30 sec.	31	30	29	28
	60 sec.	42	41	40	38

Pour le calcul de l'escompte de fréquence, la station ne tient pas compte des plans de saturation, des plans d'audience totale, des unités de 10 secondes et des programmes.

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) sont ajoutés sur tout compte dû après 60 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Le coût approximatif des frais de production seront également fournis sur demande.
Les frais de production pourront être changés à 30 jours d'avis. Aussi, cette carte de tarif peut être modifiée à 30 jours d'avis.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CFEM-TV et CKRN-TV

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	135 000	135 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	14 300	16 400
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	14,8	16,9

6520

CKRN-TV

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CKRN-TV, canal 4, VHF
380 avenue Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741; Télex: 057-46526
C.P. 70
Rouyn
J9X 5A5
Diffusant en langue française
Puissance, vidéo: 115 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Radio-Nord Inc.
380, Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9Y 5A5

Personnel
Président: Alain Gourd
Vice-président et directeur général: Yvon Larivière

Réseau
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Réémetteurs

CJDG-TV	canal 8	Lithium Mines
CJDG-TV-2	canal 12	Lebel-sur-Quévillon
CJDG-TV-3	canal 12	Joutel
CJDG-TV-4	canal 7	Matagami
CKRN-TV-2	canal 6	Ville-Marie
CKRN-TV-3	canal 3	Beam/Fabre

INFORMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Gilles Lortie
Directeur de l'information et des sports: Yvon Larivière

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Personnel
Directeur des ventes: Jean-Guy Veillette

Tarifs publicitaires
Carte No 15 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 12h	C	C	C	C	C	B	C
12h — 13h	A	A	A	A	A	B	A
13h — 13h30	A	A	A	A	A	A	A
13h30 — 17h	C	C	C	C	C	A	C
17h — 18h	A	A	A	A	A	A	A
18h — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
23h — 24h	B	B	B	B	B	B	B
Après 24h	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	135	110	85	65	50
60 secondes	270	220	170	130	100

À la discrétion de la station, certains programmes seront « primés » et chargés au taux de la classe AAA.

Tarifs d'un programme selon la classe

Durée	Classe AAA-AA	Autres périodes
	$	$
5 minutes	300	200
10 minutes	335	240
15 minutes	400	290
30 minutes	600	440

Escompte
Un escompte de 10% est accordé sur tout achat de 52 semaines consécutives.
Un escompte de 10% est accordé sur les tarifs ci-haut pour tout achat combiné avec des achats à CFEM-TV.

Matériel publicitaire
Si le matériel publicitaire n'est pas reçu par la station 96 heures avant sa mise en ondes, ceci n'incluant pas le samedi, dimanche et jours de fête, celle-ci avisera l'agence de la non réception du matériel par télégramme à percevoir. La station n'endossera aucunement la responsabilité de la non réception du matériel publicitaire, et, si pareil cas se présentait, la station sera entièrement remboursée pour le matériel employé et le temps de la station, puisque celle-ci aura avisé l'annonceur de la non réception du matériel, tel que décrit ci-dessus.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est accordée à toute agence de publicité reconnue par l'ACR.
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Les contrats peuvent s'annuler par chacune des 2 parties, en donnant à l'autre partie, un préavis écrit de 28 jours. L'annulation ne sera en vigueur que si le contrat aura passé en ondes pendant 4 semaines dans le cas des annonces et de 13 semaines dans le cas de programmes de 5 minutes et plus. Le second cycle ou les cycles subséquents d'un contrat sont considérés comme achats séparés et sont sujets aux disponibilités et aux politiques en vigueur. Les contrats annulés seront sujets à un réajustement du coût
Tout contrat annulé est sujet aux conditions standard de l'ACR et à un réajustement du coût basé sur les tarifs en vigueur, selon la fréquence gagnée.
Les classes de certaines émissions peuvent être changées à la discrétion de la station, en tout temps. Le second cycle ou les cycles subséquents d'un contrat sont considérés comme achats séparés et sont sujets aux disponibilités et aux politiques en vigueur.

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 12h	D	D	D	D	D	C	D
12h — 13h30	B	B	B	B	B	C	B
13h30 — 17h	C	C	C	C	C	C	C
17h — 18h	A	A	A	A	A	A	A
18h — 23h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
23h — 24h	A	A	A	A	A	A	A
Après 24h	C	C	C	C	B	B	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B	C	D
	$	$	$	$	$
20 secondes	70	43	41	31	24
30 secondes	92	70	52	43	32
60 secondes	138	92	70	55	43

AAA: messages publicitaires d'émissions primées, soit 10% de plus selon la fréquence.

Tarifs d'un programme selon la classe
Les tarifs de programmes de 5, 10, 15 ou 30 minutes sont fournis sur demande.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Audience totale-1	30 sec.	250	3 à 5	1 AA 1 A 2 C 2 D	6
Audience totale-2	30 sec.	250	3 à 5	1 AA 2 B 5 D	7
Audience totale-3	30 sec.	250	3 à 5	2 A 2 C 4 D	8
Saturation	10 sec.	285	3 à 5	12h-ferm. 4 AA minimum	15
CKRN-TV ou CFEM-TV	20 sec.	350	3 à 5	12 h-ferm. 3 AA minimum	10
Saturation CKRN-TV et CFEM-TV	Voir les tarifs publicitaires combinés				

Classe	Durée	Fréquence 25 à 74	75 à 149	150 à 249	250 et plus
		$	$	$	$
AA	20 sec.	67	66	65	64
	30 sec.	90	88	86	83
	60 sec.	133	127	115	110
A	20 sec.	42	41	40	37
	30 sec.	67	66	65	64
	60 sec.	89	83	79	74
B	20 sec.	38	37	35	34
	30 sec.	51	50	49	48
	60 sec.	67	66	65	64
C	20 sec.	30	29	28	26
	30 sec.	42	41	40	38
	60 sec.	54	53	52	50
D	20 sec.	23	22	21	20
	30 sec.	31	30	29	28
	60 sec.	42	41	40	38

Pour le calcul de l'escompte de fréquence, la station ne tient pas compte des plans de saturation, des plans d'audience totale, des unités de 10 secondes et des programmes.

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) sont ajoutés sur tout compte dû après 60 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Divers
Le coût approximatif des frais de production seront également fournis sur demande.
Les frais de production pourront être changés à 30 jours d'avis. Aussi, cette carte de tarif peut être modifiée à 30 jours d'avis.

Tarifs publicitaires combinés
Voir les tarifs publicitaires du groupe CFEM-TV et CKRN-TV

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	141 000	134 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	10 000	8 700
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.9	9.0

Précision: comprenant les 6 réémetteurs

2.2.2 Réseaux de télévision

6530

CBC (RÉSEAU ANGLAIS DE TÉLÉVISION)

BBM

IDENTIFICATION
CBC (Réseau anglais de télévision)
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211; Télex: 05-267417
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue anglaise, en moyenne 115 heures par semaine
En ondes depuis 1954

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par Canadian Broadcasting Corporation
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Directeur général (région de Québec): Raymond Chaisson
Directeur de la télévision: Léo Rampen

Station maîtresse

CBMT-TV	canal 6	Montréal

Station affiliée

CKMI-TV	canal 5	Québec

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, UPI, NTR, AFP, REUTER

Personnel
Responsable de la programmation: Léo Rampen
Responsable de l'information et des nouvelles: Stephen Phizicky

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Service de la vente à la télévision,
Vente réseau de la société Radio-Canada
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Téléphone: (514) 285-2596

Personnel
Chef de la vente publicitaire: Gaston Poulin

6540

CTV (CANADIAN TELEVISION NETWORK)

BBM/ACR/BCT

IDENTIFICATION
CTV (Canadian Television Network)
48, Farnham
Place Bonaventure
Montréal
H5A 1A9
Téléphone: (514) 878-3135; Télex: 05-560737
Diffusant en langue anglaise, en moyenne 46,5 heures par semaine
En ondes depuis 1961

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par CTV Television Network Ltd.
42, Charles est
Toronto (Ontario)
M4Y 1T5
Téléphone: (416) 928-6000

Personnel
Président et directeur général: M.H. Chercover

Station maîtresse

CFTO-TV	canal 8	Toronto

Station de base au Québec

CFCF-TV	canal 12	Montréal

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeurs de la programmation: Arthur Weinthal
Philipp Wedge
Vice-président aux nuvelles et à l'information: Don Cameron

PUBLICITÉ
Réseau publicitaire

Personnel
Vice-président et directeur général des ventes: D. Fitzgerald

6550

RADIO-CANADA (RÉSEAU FRANÇAIS DE TÉLÉVISION)

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
Radio-Canada (réseau français de TV)
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2138 Télex: 055-60951 (salle des nouvelles)
05-267417 (ingénierie)
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8
Diffusant en langue française

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploitée par La Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-3211
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Personnel
Vice-président et directeur général: Raymond David
Directeur de la télévision: Jean-Marie Dugas

Station maîtresse

CBFT-TV	canal 2	Montréal

Autres stations de base

CBGAT-TV	canal 9	Matane
CBOFT-TV	canal 9	Ottawa
CBVT-TV	canal 11	Québec
CJBR-TV	canal 3	Rimouski

Stations affiliées

CHAU-TV	canal 5	Carleton
CKRN-TV	canal 2	Rouyn
CKRS-TV	canal 12	Jonquière
CKRT-TV	canal 7	Rivière-du-Loup
CKSH-TV	canal 9	Sherbrooke
CKTM-TV	canal 13	Trois-Rivières

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, UPI, NTR, AFP, REUTER
Abonnée à Telbec

Personnel
Directeur des programmes: Jean-Claude Rinfret
Directeur du service de l'information: Marc Thibault
Directeur de l'information (TV): Pierre O'Neil
Rédacteur en chef (actualité TV): Michel Lord
Rédacteur en chef (affaires publiques TV): Michel Lacombe
Rédacteur en chef (nouvelles TV): Marcel Desjardins

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Service de la vente à la télévision,
Vente réseau de la Société Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H3C 3A8
Téléphone: (514) 285-2138

Personnel
Directeur de la vente à la TV: William E. Chevrier
Directeur adjoint de la vente à la TV: Marcel Trottier
Gérant de la vente au réseau: Jacques Bazinet

Tarifs publicitaires
CBAFT-TV, Moncton
CBFT-TV, Montréal
CBGAT-TV, Matane
CBOFT-TV, Ottawa-Hull
CBVT-TV, Québec
CHAU-TV, Carleton
CJBR-TV, Rimouski
CKRN-TV, Rouyn
CKRS-TV, Jonquière
CKRT-TV, Rivière-du-Loup
CKSH-TV, Sherbrooke
CKTM-TV, Trois-Rivières
Carte No 38 en vigueur le 14 septembre 1980

Classes de tarifs

Classe	Émissions
AAA	Terre Humaine
AA	Du Tac au Tac
	Chez Denise
	Race de Monde
	Les Grands Films
A	Boogie Woogie 47
BB	Les Beaux Dimanches
	Hors Série
	Le Temps d'une Paix
	Le Travail à la Chaîne
	Les 36 Cordes sensibles
	Bizarre Bizarre
B	Le Monde de Marcel Dubé
C	Cinéma et Temps de Vivre
	Femme d'Aujourd'hui

Tarifs d'une annonce selon la classe

Station	Classe AAA	AA	A	BB	B	C
	$	$	$	$	$	$
CBFT	1 387	1 077	917	825	596	126
CBOFT	124	96	82	73	53	11
CBVT	401	312	265	239	172	36
CBAFT	39	30	26	23	17	4
CBGAT	94	73	62	56	40	9
CJBR-TV	66	53	45	40	29	6
CKSH-TV	213	165	141	127	92	19
CKTM-TV	277	216	183	165	119	25
CKRT-TV	73	57	49	44	32	7
CKRS-TV	143	111	94	85	61	13
CKRN-TV	107	83	71	64	46	10
CHAU-TV	99	77	65	59	43	9
TOTAL	3 025	2 350	2 000	1 800	1 300	275

Le tarif des annonces de 60 secondes est 2 fois celui des annonces de 30 secondes.

Émissions sportives	Tarif de 30 sec.
	$
Saison de baseball 1980	
Baseball des Expos	2 120
Baseball des Blues Jays	2 120
Série mondiale	2 120
Saison de football 1980-1981	
LCF, matches réguliers de la saison	800
LCF, parties éliminatoires	1 050
Finale de la Coupe Grey	2 750
LNF, tous les matches	415
Super Bowl	1 300
Saison de hockey de la LNH 1980-1981	
Matches réguliers de la saison	2 750
Parties éliminatoires de la Coupe Stanley	3 200

Les tarifs pour certaines autres émissions sportives et les émissions spéciales sont fournis sur demande.

Escompte

	Fréquence 26	52	104	208	416
Remise	5%	7%	9%	12%	15%

Des remises de fréquence sont accordées suivant le nombre d'annonces 30 secondes contractuelles, au cours d'une période de 12 mois. Advenant d'autres achats, leur tarif se fonde sur le total du nombre de diffusions dans les 12 mois, mais sans effet rétroactif.
Pour les remises, les classes autres que la classe C peuvent se combiner. La classe C ne peut être combinée avec d'autres classes que pour un avantage de la classe C.
La remise de continuité de 10% s'applique à l'achat de 4 annonces ou plus de 30 secondes par semaine pendant 52 semaines consécutives.
Les annonces, qui sont diffusées durant la période d'été et qui ne sont pas admissibles à la remise de continuité, donnent droit à une remise d'été de 25%.
Les annonces, qui sont diffusées durant la période d'été et qui sont admissibles à la remise de continuité, donnent droit à une remise d'été de 15%.
Au cours de la période d'été spécifiée, les émissions ci-dessus, des classes AAA et AA ou celles qui les remplacent, passent au tarif de la classe A. Les émissions, dans les autres classes ou celles qui les remplacent, ne changent pas de classe.
La période d'été est la période de 13 semaines qui se termine le samedi qui précède le début de la saison d'émissions de l'automne 1981.
Aux fins de la remsie, il ne peut y avoir de commandes portant sur une période d'une durée supérieure à un an.

Modalités de paiements
Une commission de 15% sera accordée aux agences reconnues de publicité sur la facturation nette des tarifs des annonces et des tarifs horaires des émissions, et sur les frais d'insertion du réseau. Aucune commission n'est accordée sur les autres frais. Il n'y a pas d'escompte au comptant.
Les frais sont payables en monnaie canadienne dans les 20 jours suivant la date de la facture. Les cas de contestations, en toute bonne foi de certains détails d'une facture, ne relèveront pas l'agence de son obligation d'acquitter les frais non contestables dans le délai prévu.
Le tarif réseau, excluant la proportion qui s'applique à CBOFT, Ottawa, et CBAFT, Moncton, est sujet à la taxe de vente provinciale de 2% du Québec sur la publicité électronique.

Divers
Les frais de production, de main d'oeuvre technique et d'emploi des équipements sont fournis sur demande.
Les contrats sont acceptés subordonnément à la loi canadienne sur la radiodiffusion, aux règlements du CRTC et à la politique de la Société Radio-Canada.
Le présent tarif a pour seul objet de renseigner les commanditaires; il ne constitue pas une offre de la part de la Société Radio-Canada. Radio-Canada se réserve le droit de changer sans préavis le tarif et les conditions que renferme la présente carte.
Les prix ci-dessus pour les émissions sportives sont nets des remises, mais sujets à la commission d'agence.

6560

RADIO-QUÉBEC

BBM/ATEC/CIRTEF/INPUT/PBS

IDENTIFICATION
Radio-Québec
1000, Fullum
Montréal
H2K 3L7
Téléphone: (514) 873-5567; Télex: 05-25808
(514) 873-4611
Diffusant en langue française
Puissance, vidéo: 1 300 000 watts

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par La Société de Radio-Télévision du Québec
1000, Fullum
Montréal
H2K 3L7
Téléphone: (514) 873-5567
(514) 873-4611

Personnel
Président du conseil d'administration: Guy Rocher
Président-directeur général: Gérard Barbin
Vice-président au développement: Jean Fortier
Vice-président à l'administration: Gilbert Buzare

Station maîtresse

CIVM-TV	canal 17	Montréal

Autres stations du réseau

CIVA-TV	canal 12	Val-d'Or
CIVC-TV	canal 45	Trois-Rivières*
CIVE-TV	canal 14	Sherbrooke*
CIVL-TV	canal 21	Mont-Laurier*
CIVN-TV	canal 7	Rouyn
CIVO-TV	canal 30	Hull
CIVP-TV	canal 23	Chapeau*
CIVQ-TV	canal 15	Québec
CIVR-TV	canal 22	Rimouski*

* Stations détentrices de licence, mais non en ondes

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Abonné à Telbec

Personnel
Vice-président à la programmation et à l'exploitation:
Claude Sylvestre
Directeur de la programmation: Claude Desorcy

PUBLICITÉ
Réseau non publicitaire

6570

TVA

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
Le Réseau de télévision TVA
1600, boul. de Maisonneuve est
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9251; Télex: 05-267329
C.P. 170, Succ. « C
Montréal
H2L 4P6
Diffusant en langue française, en moyenne 9 heures par semaine

PROPRIÉTÉ ET AFFILIATION
Exploité par les Télédiffuseurs Associés
1600, boul. de Maisonneuve est
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9251
C.P. 170, Succ. « C
Montréal
H2L 4P6

Personnel
Vice-président exécutif: Claude Blain

Station maîtresse

CFTM-TV	canal 10	Montréal

Autres stations du réseau

CFCM-TV	canal 4	Québec
CFEM-TV	canal 13	Rouyn
CFER-TV	canal 11	Rimouski
CHEM-TV	canal 8	Trois-Rivières
CHLT-TV	canal 7	Sherbrooke
CHOT-TV	canal 40	Hull
CIMT-TV	canal 9	Rivière-du-Loup
CJPM-TV	canal 6	Chicoutimi

INFORMATION ET PROGRAMMATION
Agence de presse: PC, UPI, NTR, AFP, PA Photofax
Abonné à Telbec

Personnel
Responsable de la programmation, de l'information et des nouvelles:
Claude Blain

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9201

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 10 en vigueur le 31 août 1980

Tarifs d'une annonce selon la fréquence des nouvelles TVA (22h30 — 23h)

Durée	Fréquence 1-51	52-103	104-207	208 et plus
	$	$	$	$
30 secondes	1 800	1 750	1 700	1 645
60 secondes	3 600	3 500	3 400	3 290

Tarifs d'un programme selon la fréquence (autres périodes, de 18h — 23h)

Durée	Fréquence 1	39	52
	$	$	$
15 minutes	8 130	6 910	6 505
30 minutes	10 835	9 210	8 670
60 minutes	18 000	15 355	14 450

Matériel publicitaire

Tout le matériel publicitaire, soumis à l'acceptation du réseau TVA, devra être livré au:
Service de routage commercial du réseau TVA
C.P. 170, Succ. « C
Montréal
H2L 4P6

Lorsque la station ne reçoit pas de l'agence ou de l'annonceur la matière à diffuser (émission ou message publicitaire), au moins 5 jours ouvrables avant la date spécifiée au contrat pour sa diffusion (excluant les samedis, dimanches et jours fériés), la station peut facturer l'agence ou l'annonceur pour ledit temps d'antenne.

Le réseau TVA se réserve le droit de refuser toute révision susceptible d'affecter les insertions commerciales, passées la limite de 5 jours. Par ailleurs, si le service de routage du réseau juge qu'il est possible d'effectuer des révisions d'inscriptions, passées la limite des 5 jours, des frais de 100$ (brut) par commercial révisé seront facturés aux annonceurs en cause.

Les frais d'expédition et d'importation du matériel publicitaire sont à la charge du commanditaire.

Toute la matière publicitaire remise au réseau TVA doit se conformer à la loi sur la radiodiffusion, aux règlements du CRTC, aux politiques commerciales du réseau TVA ainsi qu'aux termes et conditions du contrat du réseau.

Afin de demander à la station de diffuser tout message publicitaire, assujetti à la loi sur les aliments et drogues ou aux règlements du Conseil des normes de publicité et du CRTC, l'agence ou l'annonceur doit obtenir desdits conseils une « autorisation de diffuser », et il doit faire parvenir, à la station, le numéro matricule de ladite autorisation, au moins 7 jours ouvrables avant la diffusion dudit message publicitaire.

Modalités de paiements

L'agence et l'annonceur conviennent, conjointement et solidairement, de régler toutes les factures dues en vertu du contrat selon le calendrier normalisé, en monnaie canadienne, dans les 30 jours qui suivent leur réception.

Tous les montants impayés, à l'expiration dudit délai de 30 jours, sont assujettis à un intérêt composé, calculé mensuellement au taux de 1½%, ledit intérêt, étant dû à partir du 61e jour de la date de facturation de chacun desdits montants et aussi longtemps que lesdits montants ne seront pas payés.

Un escompte de 15% est accordé à toutes les agences de publicité reconnues par l'ACR.

Divers

Dans les cas où le contrat vise à la diffusion d'annonces publicitaires d'une durée de moins de 5 minutes, une partie peut le résilier, par un avis écrit d'au moins 4 semaines, au cours desquelles est prévue la diffusion desdites annonces publicitaires. Ladite résiliation ne prendra effet qu'après l'expiration d'une période de 4 semaines, au cours desquelles a été prévue la diffusion desdites annonces publicitaires.

Un avis verbal est acceptable, s'il est confirmé, par écrit, dans les 7 jours. (semaine de diffusion signifie du lundi au dimanche).

Toute 2e ou autre période d'un contrat, où des hiatus d'une semaine ou plus, sont prévus, est considérée comme un engagement séparé et subordonné, par période, aux priorités, règlements et nouveau tarif de TVA.

Un contrat de commandite d'émission a priorité sur un contrat d'annonces.

Dans les cas où le contrat vise à la diffusion d'émissions d'une durée de 5 minutes ou plus, une partie peut le résilier, en donnant à l'autre partie, un avis écrit d'au moins 4 semaines au cours desquelles a été prévue la diffusion desdites émissions. Un avis verbal est acceptable s'il est confirmé, par écrit, dans les 7 jours. (semaine de diffusion signifie du lundi au dimanche).

Les insertions locales peuvent être commandées pour toutes les stations du réseau TVA, à raison de 25$ (brut) par station pour chaque annonce livrée sur film ou ruban magnétoscopique ou diapositives à chaque station, qui doit en assurer la diffusion. Les annonces d'insertions locales sont prohibées dans les panneaux d'ouverture et de fermeture.

Partie 3

LES GROUPES DE MÉDIAS ET LES MAISONS DE REPRÉSENTATION

3.1 LES GROUPES DE MEDIAS

3.1.1 Les groupes commerciaux

6580

IMPACT FM

BBM

IDENTIFICATION
IMPACT FM
Stations du groupe: CFGL-MF, Laval; CIEL-MF, Longueuil

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Médiarep Inc.
3, Place Laval, bureau 450
Chomedey, Laval
H7N 1A2
Téléphone: (514) 663-8833

Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 1 en vigueur le 1er février 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 12h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
12h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	75	70	45
60 secondes	110	100	60

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec	60	L à D	30% AAA 50% AA 20% A	10 par semaine
60 sec	85			

L'horaire indiquée est respecté sur une période de 7 jours consécutifs.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie aux agences reconnues par l'ACR. Aucune commission pour les « talents ». Facturation mensuelle. Aucun escompte au comptant. L'escompte sur les tarifs bruts, pour le nombre de périodes sous contrat, ne doit dépasser la durée d'un an. Les factures sont payables sur réception.

Divers
Tous les messages et émissions doivent se conformer au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la station et aux règlements du CRTC.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	564 300	650 700
Auditoire moyen par ¼ d'heure	30 328	35 100
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.5	7.6

6590

RADIO-EST QUÉBEC

BBM

IDENTIFICATION
Radio-Est Québec
Stations du groupe: CFVM-MA, Amqui; CKBH-MA, Baie-Comeau

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 2 en vigueur le 1er mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
8h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA
10h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
Après 19h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 sec	34	31	20
60 sec	40	36	24

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec	28	L à V ou S et D	7h — 19h	10 par semaine ou fin de semaine
60 sec	33			

Matériel publicitaire
Copies et bandes sonores, prière de faire parvenir au chef du routage de chacune des stations.

Modalités de paiements
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditées par l'ACR.
Les factures sont produites à chaque mois et payables sur réception.
Taxe provinciale de 2% applicable sur le temps de poste seulement.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	40 000
Auditoire moyen par ¼ d'heure	4 042
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	13.8

6600

RADIO INTER CITÉ

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
Radio Inter Cité
845, rue Papineau
Joliette
J6E 2L6
Téléphone: (514) 759-0772
Stations du groupe: CHRD-MA, Drummondville; CJLM-MA, Joliette; CJSO-MA, Sorel

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er août 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
8h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
Après 19h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	75	68	54
60 secondes	90	81	65

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec	65	L à V	7h — 19h	10
60 sec	75	S et D		

Matériel publicitaire
Prière de faire parvenir au chef du routage de chacune des stations les copies et bandes sonores.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie aux agences reconnues par l'ACR. Les factures produites à chaque mois et payables sur réception.
Une taxe de 2% est applicable sur le temps de poste seulement.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	145 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	8 685
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.5

6610

RADIO RÉSEAU LAURENTIDES

BBM

IDENTIFICATION
Radio Réseau Laurentides
515, boul. Paquette
Mont-Laurier
J9L 3H1
Téléphone: (819) 623-1011
Stations du groupe: CKLR-MA, L'Annonciation; CKMG-MA, Maniwaki; CKML-MA, Mont-Laurier; CKSJ-MA, Saint-Jovite

PUBLICITÉ
Groupe commercial: Radio Unie Québec

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Tarifs publicitaires
Carte No 4 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	A	B
	$	$	
30 sec ou moins	35	30	Tarifs fournis sur demande
60 sec	42	36	

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec ou moins	32	L à D	6h — 19h	10 par sem.
60 sec	38			

Matériel publicitaire
Il n'est pas nécessaire d'envoyer de matériel publicitaire à CKLR-MA.

Équipements techniques
Enregistreuse Ampex et possibilité d'émissions en direct où des lignes peuvent être installées.

Modalités de paiements
Commission d'agence 15%. Aucun escompte ou paiement. Aucune commission sur talent, production ou autres effets. Facturation mensuelle et payable sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	33 600
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 442
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.9

6620

RADIO SHERBROOKE

BBM/ACR

IDENTIFICATION
Radio Sherbrooke
Stations du groupe: CHLT-MA, Sherbrooke; CITE-MF-1, Sherbrooke; CKTS-MA, Sherbrooke

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 7 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs
Classes de tarif MA:

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 19h	A	A	A	A	A	AA	AA
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Classes de tarifs MF:

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 15h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 24h	A	A	A	A	A	A	A
	B	B	B	B	B	B	B

Choix de périodes: samedi et dimanche

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 sec.	45	42	40	21
60 sec.	52	48	46	25

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	42	L à V	20% AAA	10 par sem.
60 sec.	47		60% AA	
			20% A	
30 sec.	40	S et D	7h — 19h	10 par fin
60 sec.	45			de semaine

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages, qui occasionnent des changements dans la facturation.
CHLT, CITE-FM et CKTS n'offrent aucune garantie que les occasions non diffusées, suite à un délai dans la réception des textes, seront reprises. Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR.
Aucune commission sur production à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC.
Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible.
Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	254 300	292 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	21 314	23 742
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	11.7	11.4

6630

RADIO UNIE QUÉBEC

BBM/ACR/ACRTF/BCR

IDENTIFICATION
Radio Unie Québec
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521
Stations du groupe:
CFDA-MA, Victoriaville
CFED-MA, Chapais

CFGT-MA, Alma
CFLM-MA, La Tuque
CHRM-MA, Matane
CHVD-MA, Dolbeau
CJAN-MA, Asbestos
CJLP-MA, Disraéli
CJMD-MA, Chibougamau
CJSA-MA, Sainte-Agathe-des-Monts
CJVL-MA, Sainte-Marie
CKFL-MA, Lac-Mégantic
CKLD-MA, Thetford-Mines
CKLR-MA, L'Annonciation
CKMG-MA, Maniwaki
CKML-MA, Mont-Laurier
CKSJ-MA, Saint-Jovite
CKTL-MA, Plessisville
CKVM-MA, Ville-Marie
CKVT-MA, Témiscaming

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Tarifs publicitaires
Carte No 13 en vigueur le 1er janvier 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
10h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 19h	A	A	A	A	A	A	A
Autres périodes	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AA	Classe A	Classe B
	$	$	
30 sec. ou moins	225	200	Tarifs fournis sur demande
60 sec.	260	230	

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec. ou moins	206	L à D	6h — 19h	10 par sem.
60 sec.	240			

Matériel publicitaire
Une copie doit être envoyée à chacune des stations du groupe, à l'exception de CFED, CKLR, CKVT et CJLP.
Les stations n'assurent pas de reprises pour les occasions manquées, dûes à une réception tardive du matériel. Le temps non utilisé sera tout de même facturé.

Modalités de paiements
Une commission d'agence de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence commerciale accréditée.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC.
Les émissions commanditées ont priorité sur les annonces, de même que les programmes du réseau sur les émissions et annonces locales.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	334 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	23 314
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9,8

6640

RÉSEAU QUÉBEC

IDENTIFICATION
Réseau Québec
Stations du groupe:
CFMF-MF, Fermont
CFJO-MF, Gagnon
CHAI-MF, Châteauguay
CHGA-MF, Maniwaki
CINQ-MF, Montréal
CIRC-MF, Noranda
CJRB-MF, Gaspé
CKLE-MF, Rimouski

PUBLICITÉ

Représentant publicitaire
Agence MMB
1010, Sherbrooke, ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone: (514) 845-4111

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 1 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion						
	Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	Classe AA	Classe A
	$	$	$
30 secondes	130	100	75
60 secondes	160	125	90

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	115	L à D	50% AAA	10 par semaine
60 sec.	145	L à D	50% AA	

Matériel publicitaire
Une copie des rubans et instructions commerciales doit être envoyée à chacune des stations du groupe.

Modalités de paiements
Déduction faite de tous les rabais consentis, une commission de 15% sera versée à toutes les agences de publicité reconnues. Pas de commission pour les artistes, à moins d'un arrangement spécial. Facturation mensuelle. Aucun rabais.

6650

RÉSEAU RADIO NORD

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
Réseau Radio Nord
380, Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
Stations du groupe:
CHAD-MA, Amos
CKLS-MA, La Sarre
CKRM-MA, Rouyn
CKVD-MA, Val d'Or

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 435
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 27 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h30 — 8h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	C
8h — 9h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	B
9h30 — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	B
13h — 16h	B	B	B	B	B	B	B
16h — 18h	A	A	A	A	A	A	B
Autres périodes	C	C	C	C	C	C	C

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$
30 secondes	51	47	42	28	23
60 secondes	63	58	51	34	28

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	35	L à S	6h30 — 18h	10 par semaine
60 sec.	44		¼ AAA ¼ AA ¼ A ¼ B	
Fin de semaine				
30 sec.	29	S et D	S: 6h30 — 18h	10 par fin de semaine
60 sec.	36		D: 8h — 18h 50% Samedi 50% Dimanche	

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande.

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.

Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR. Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC.
Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	115 500	105 800
Auditoire moyen par ¼ d'heure	12 514	12 071
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	15.1	16.0

3.1.2 Les groupes de stations offrant des tarifs combinés

Radio

6660

CFCF et CFQR

BBM

IDENTIFICATION
CFCF-MA et CFQR-MF
405, avenue Ogilvy
Montréal
H3N 1M4
Téléphone: (514) 273-6311. Télex: 0582-6638

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Paul Mulhivill Radio Ltée
1405, Peel, bureau 206
Montréal
H3A 1S5
Téléphone: (514) 849-4101

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 52 en vigueur le 1er octobre 1980

***Classes de tarifs* CFCF**

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	A
10h — 15h	A	A	A	A	A	A	A
15h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

***Classes de tarifs* CFQR**

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 24h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
6h — 24h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
6h — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 secondes	128	100	80
60 secondes	160	125	100

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	1 160	CFCF:	6h — 19h	12 semaines
	2 080	L à V	⅓ AAA	24 semaines
60 sec.	1 450	CFQR:	⅓ AA	12 semaines
	2 600	L à D	⅓ A	24 semaines
			6h — 24h pour CFQR	

Matériel publicitaire
Le matériel préparé doit être fourni deux jours ouvrables avant la date d'émission. Tout texte nécessitant production au poste doit être fourni trois jours ouvrables avant la date d'émission.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur les tarifs du poste à toutes les agences de publicité reconnues par l'ACR. Contrats assujettis aux conditions normales de l'ACR.

Divers
Toutes les émissions et les annonces doivent se conformer au code de moralité de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	712 700	770 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	46 428	54 971
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	9.4	10.0

6670

CHAL et CHGB

BBM/ARC/ACRTF

IDENTIFICATION
CHAL-MA et CHGB-MA

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 3 en vigueur le 1er octobre 1979

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
16h — 18h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
18h30 — 24h	A	A	A	A	A	A	A

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A
	$	$	$
30 sec.	21	19	16
60 sec.	26	23	20

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs fournis sur demande

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
30 sec.	20	L à V et S et D	6h30 — 18h30	10 par semaine
60 sec.	23			

Matériel publicitaire
Les textes, les instructions et les enregistrements doivent être expédiés à la station CHGB, La Pocatière et CHAL, Saint-Pamphile.

Équipements techniques
Possibilité d'émissions en direct, là où des lignes peuvent être installées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie à toute agence reconnue. Aucune réduction (en argent) ne sera acceptée. Aucune commission sur les cachets et sur la production des émissions à moins d'entente préalable. Les factures sont émises à chaque mois et payables sur réception.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont préséance sur les annonces. La durée d'un contrat ne doit pas excéder un an.

ESTIMÉS BBM

	Période Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	56 200
Auditoire moyen par ¼ d'heure	3 318
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	8.3

6680

CHLT et CITÉ

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CHLT-MA et CITÉ-MF-1
25, Bryant
Sherbrooke
J1J 3Z5
Téléphone: (819) 563-6363

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 4 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs
Classe de tarifs MA

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AA
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 19h	A	A	A	A	A	AA	AA
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Classe de tarifs MF

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 19h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
	A	A	A	A	A	A	A
15h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Choix de périodes: samedi et dimanche

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 sec.	35	32	30	16
60 sec.	42	38	36	20

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch. plan	Répartition de la diffusion: Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
	$			
Tap				
30 sec.	32	L à V	20% AAA	10 par semaine
60 sec.	37		60% AA	
			20% A	
Saturation				
30 sec.	30	S et D	7h — 19h	10 par fin
60 sec.	35			de semaine

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation.
CHLT, CITE-FM n'offrent aucune garantie que les occasions non diffusées, suite à un délai dans la réception des textes, seront reprises.
Les périodes de temps non utilisées seront facturées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR.
Aucune commission sur production à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne si celle-ci représente moins de 15 jours.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	221 100	248 600
Auditoire moyen par ¼ d'heure	17 657	18 643
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	11.2	10.5

6690

CIGB et CJTR

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CIGB-MF et CJTR-MA

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411

Tarifs publicitaires
Carte No 2 en vigueur le 2 mars 1981

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 7h	B	B	B	B	B	B	B
7h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 16h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
16h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Diffusion en rotation

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 sec. ou moins	24	26	19	15
60 sec.	30	32	23	19

Les tarifs pour annonces éclair de nuit sont fournis sur demande

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande pour programmes de 5 à 10 minutes et émissions extérieures.

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion — Jours	Répartition de la diffusion — Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan — nb d'an par sem	Nombre d'annonces requis par le plan — nb sem de diff
		$				
Tap	30 sec ou moins	22	L à V	20% 7h — 10h	10-24	4
Plan hebdomadaire		21		60% 10h — 16h 20% 16h — 19h	25 ou Plus	4
	60 sec	28			10-24	4
		27			25 ou Plus	4
Plan de fin de semaine	30 sec ou moins	17	S et D	Répartition égale de 7h — 19h	10 ou plus par fin de semaine	

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Fermeture conforme aux règlements de l'ACR.
Les stations n'assurent pas de reprises pour les occasions manquées, dues à une réception tardive du matériel. Le temps non utilisé sera tout de même facturé.

Modalités de paiements
Une commission d'agence de 15%, basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conformes aux règlements de l'ACR. Payable en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements du CRTC.
Les émissions commanditées ont priorité sur les annonces éclair. Les émissions réseau auront priorité sur les programmes commandités et les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Conformes aux règlements de l'ACR.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration.

6700

CIRB et CKRB

BBM/ACR/ACRTF

IDENTIFICATION
CIRB-MA et CKRB-MA
170, 120e Rue
Saint-Georges
G5Y 2Z9
Téléphone: (418) 228-1460

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 14 en vigueur le 1er septembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion — Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 7h	B	B	B	B	B	B	B
7h — 8h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
8h — 10h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
10h — 11h	A	A	A	A	A	A	A
11h — 13h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
13h — 16h	A	A	A	A	A	A	A
16h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	A	A
18h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe — AA	A	B
	$	$	$
30 secondes	22	20	16
60 secondes	28	24	19

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs des programmes fournis sur demande.

Escompte

Plan saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Nombre d'annonces requis par le plan
	$	
30 sec	19	10 par semaine
60 sec	22	

Plans spéciaux: tarifs fournis sur demande.

Modalités de paiements
Des frais d'intérêt de 1,5% par mois (18% par année) seront ajoutés sur tout compte dû, après 30 jours. Le client s'engage à défrayer les frais de perception, s'il y a lieu.
Une commission de 15% des tarifs réguliers est consentie à toute agence de publicité accréditée par l'ACR.
Aucune commission sur cachets d'artistes. Comptes remis chaque mois. Aucun escompte pour paiement comptant.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction du poste et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées auront priorité sur les annonces, de même que les programmes de réseaux sur les émissions commerciales et annonces éclair locales.
Un avis écrit de 2 semaines doit être soumis relativement à tout changement de commandes de diffusion. L'annulation ne prendra effet qu'après 14 jours de diffusion effective.

ESTIMÉS BBM

	Période — Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	49 300
Auditoire moyen par ¼ d'heure	2 714
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.8

6710

CJMS et CKMF

BBM/ACR

IDENTIFICATION
CJMS-MA et CKMF-MF

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications Mutuelles Ltée (Mutuelcom)
666, Sherbrooke ouest, bureau 702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone : (514) 844-3411

Tarifs publicitaires
Carte No 11 en vigueur le 2 mars 1981

Classes de tarifs MA

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	—	—
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA	—	—
15h — 19h	A	A	A	A	A	—	—
19h — 24h	B	B	B	B	B	B	B

Classes de tarifs MF

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
6h — 12h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
12h — 18h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
18h — 24h	A-B	A-B	A-B	A-B	A-B	A-B	A-B

Diffusion en rotation dans toutes les classes

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 sec ou moins	212	180	140	104
60 sec	265	225	175	130

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion Jours	Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan nb d'an par sem	nb sem de diff
		$				
Tap 1 Hebdomadaire	30 sec ou moins	168	L à V	CJMS	10-24	4
	60 sec	210	L à S	20% AAA 60% AA 20% A		
	30 sec	164	L à D	CKMF ⅓ AAA	25 ou plus	4
	ou moins 60 sec	205		⅓ AA ⅓ A		
Tap 2 Hebdomadaire	30 sec ou moins	144	L à V	CJMS 10% AAA	10-24	4
	60 sec	180		60% AA 10% A 20% A		
	30 sec	141		CKMF ⅓ AAA	25 ou plus	4
	ou moins 60 sec	176		⅓ AA		
Fin de semaine	30 sec	124	S et D	CJMS	10-24	4
	60 sec	155		Répartition égale 7h — 19h		
	30 sec	121		CKMF	25 ou plus	
	60 sec	151		Répartition égale 6h — 24h		

Les plans et les classes régulières ne peuvent être combinés pour profiter des remises de fréquence.

Matériel publicitaire
Fermeture conforme aux règlements de l'ACR.
Les stations n'assurent pas de reprises pour les occasions manquées, dues à une réception tardive du matériel. Le temps non utilisé sera tout de même facturé.

Modalités de paiements
Une commission d'agence de 15%, basée sur les tarifs de la station, sera accordée aux agences de publicité reconnues par l'ACR. La facturation est émise à tous les mois. Aucun rabais n'est accordé pour les paiements au comptant.
Conformes aux règlements de l'ACR. Payable en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux normes établies par la direction de la station et aux règlements du CRTC. Les émissions commanditées ont priorité sur les annonces éclair. Les émissions réseau auront priorité sur les programmes commandités et les annonces éclair. La station se réserve le droit de replacer les annonces éclair et émissions dans les meilleures périodes disponibles.
Conformes aux règlements de l'ACR.
Tout contrat déjà en vigueur est honoré jusqu'à expiration.

ESTIMÉS BBM

	Période Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	1 021 000	1 119 500
Auditoire moyen par ¼ d'heure	77 471	85 900
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	10.4	10.7

6720

CIMF et CKCH

BBM/ACR/BCR

IDENTIFICATION
CIMF-MF et CKCH-MA

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone : (514) 845-8191

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 31 en vigueur le 1er février 1980

Classes de tarifs
Classe de tarif MA

Heure de diffusion	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven
6h — 10h	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
10h — 15h	AA	AA	AA	AA	AA
15h — 19h	A	A	A	A	A
19h — 24h	B	B	B	B	B

Classe de tarif MF

Heure de diffusion	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h — 19h	Une seule classe						

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Classe AAA	AA	A	B
	$	$	$	$
30 sec	29	24	21	13
60 sec	36	30	25	15

Escompte

Plan	saturation	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
Tap	30 sec	22	L à V	20% AAA (MA)	10 par sem
	60 sec	27		50% AA	
				20% A	
				10% B	
Satu-	30 sec	19	S et D	7h — 9h (MF)	10 par fin
ration	60 sec	23			de semaine

Matériel publicitaire
Toutes les instructions et les textes publicitaires en rapport avec un contrat doivent être livrés à la station vers 10h le jour précédant la mise en ondes, afin d'éviter des retards dans la diffusion des messages qui occasionnent des changements dans la facturation.

Équipements techniques
Diffusion en direct de l'extérieur.
Unités mobiles équipées et identifiées.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur le temps de la station à toutes les agences accréditées par l'ACR. Aucune commission sur production à moins d'avis contraire.
Pas d'escompte sur paiement comptant.
Comptes payables sur réception.
Paiements en monnaie canadienne.

Divers
Toute émission ou annonce doit être conforme au code d'éthique de l'ACR, aux exigences de la direction de la station et aux règlements du CRTC. Le poste se réserve le droit de replacer les annonces et les programmes avoisinant les meilleures périodes disponibles.
Afin d'effectuer tout changement à une commande de diffusion, un avis par écrit de 2 semaines est exigible. Toute commande de diffusion, qui comprend un hiatus, même lorsque séparée en plusieurs contrats, devra indiquer qu'elle doit continuer en entier au cours de la prochaine campagne, si celle-ci représente moins de 14 jours.

ESTIMÉS BBM

	Période: Printemps 1980	Automne 1980
Pénétration hebdomadaire	165 600	189 100
Auditoire moyen par ¼ d'heure	8 942	13 271
Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur	7.6	9.8

Télévision

6730

CFEM-TV et CKRN-TV

IDENTIFICATION
CFEM-TV et CKRN-TV
380, Murdoch
Noranda
J9X 1G5
Téléphone: (819) 762-0741
C.P. 70
Rouyn
J9X 5A5

PUBLICITÉ

Tarifs publicitaires locaux
Carte en vigueur le 1er septembre 1980

Escompte

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion: Jours	Répartition de la diffusion: Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
		$			
CKRN et/ou CFEM Pat. 1	30 sec	250	Entre 3 et 5	1 AA 1 A 1 B 2 C 2 D	7
Pat. 2	30 sec	250	"	1 AA 2 B 5 D	8
Pat. 3	30 sec	250	"	2 A 2 C 4 D	8
CKRN et CFEM	10 sec	375	"	1h — ferm. minimum de 7 AA	20
Satu-ration (50/50)	20 sec	525	"	1h — ferm. minimum de 5 AA	15

6740

CKSH-TV et CKTM-TV

ACR/ACRTF/BCT

IDENTIFICATION
CKSH-TV et CKTM-TV

PUBLICITÉ
Représentant publicitaire
Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654

Tarifs publicitaires nationaux
Carte No 6 en vigueur le 1er décembre 1980

Classes de tarifs

Heure de diffusion	Jour de diffusion Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
Avant 11h	C	C	BC	C	C	C	C
11h — 13h30	B	B	B	B	B	C	C
13h30 — 17h	C	C	C	C	C	B	B
17h — 19h	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
19h — 19h30	AA	AAA	AA	AA	AA	AA	AA
19h30 — 20h	AAA	AAA	AAA	AAA	AA	AAA	AAA
20h — 22h30	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA
22h30 — 23h45	A	A	A	A	A	A	A
Après 23h45	C	C	C	C	C	C	C

Classe B: en rotation entre 11h et 13h30 du lundi au vendredi.

Tarifs d'une annonce selon la classe

Durée	Super Spot	Classe AAA	AA	A	B	C
	$	$	$	$	$	$
30 sec.	675	450	350	250	205	90
60 sec.	1 350	900	700	500	410	180

Tarifs d'un programme selon la classe
Tarifs disponibles sur demande

Escompte
Offres en bloc: tarifs disponibles sur demande
Une remise de 10% s'applique à l'achat des annonces ayant été contractées à l'avance, pour une période de 52 semaines.

Matériel publicitaire
Chaque station doit recevoir son matériel au moins 96 heures avant la télédiffusion des messages.

Modalités de paiements
Une commission de 15% est consentie sur les tarifs de la station à toute agence de publicité reconnue.

Divers
Les périodes d'émissions peuvent être renouvelées, par le client, en donnant à la station un avis de 60 jours, avant l'expiration de tout contrat de plus de 13 semaines.
Toute annonce placée entre deux émissions de classes différentes sera vendue au tarif de la plus haute classe.
Les émissions de moins de 5 minutes peuvent être annulées sur avis de 28 jours, par une partie ou l'autre, mais une telle annulation ne pourra toutefois prendre effet qu'à la condition que le contrat et les émissions qu'il prévoit aient été en ondes pendant 4 semaines. Lors d'annulations, le droit aux escomptes de fréquence est retenu et les tarifs sont révisés, et cela, dans le cas de programmes et d'annonces éclair aussi.
Un contrat est protégé jusqu'à expiration, pourvu qu'il ne soit altéré, ni par additions, annulations ou retranchements, changement de date de début et/ou date de fin de campagne, et/ou changement de cours, et/ou période d'hiatus.
Tout contrat avec hiatus (comprenant 2 ou plusieurs cycles) est considéré comme achat séparé, et est assujetti aux disponibilités.
La protection, en aucun cas, ne dépassera 52 semaines. Un contrat, modifié par les raisons stipulées ci-haut, sera considéré comme un nouveau contrat et sera assujetti aux termes et conditions de la carte de tarif en vigueur.

3.2 LES MAISONS DE REPRESENTATION

3.2.1 Les médias imprimés

6750

LE GROUPE DE PRESSE BELLAVANCE

Groupe de presse Bellavance
192, Saint-Germain est
Rimouski
G5L 1A8
Téléphone: (418) 723-4800
C.P. 410
Rimouski
G5L 1A8

Imprimés représentés
Selon les cartes de tarif individuelles du 1er janvier 1981
Le Havre: Chandler
Le Journal chaleur: New-Richmond
Le Kamouraska: La Pocatière
Le Pharillon-voyageur: Gaspé
Progrès-écho: Rimouski

6760

LES HEBDOS A-1

Les Hebdos A-1 Inc.
2055, Peel, bureau 125
Montréal
H3A 1V4
Téléphone: (514) 844-3403

Imprimés représentés
Selon la carte de tarif no 81-1 du 1er janvier 1981
L'Argenteuil, Lachute
L'Avant-poste gaspésien, Amqui
Le Canada-français, Saint-Jean
Le Citoyen, Asbestos
Courrier de Saint-Hyacinthe, Saint-Hyacinthe
L'Écho, La Tuque
Écho de Frontenac, Lac-Mégantic
L'Écho de Louiseville/Berthier, Louiseville/Berthier
Écho du Nord, Saint-Jérôme
Les Échos abitibiens, Val-d'Or
Éclaireur-progrès, Saint-Georges
La Feuille d'érable, Plessisville
La Fontière, Rouyn-Noranda
Le Guide, Sainte-Marie
Joliette journal, Joliette
La Parole, Drummondville
Le Pleuple-courrier, Montmagny/L'Islet
Peuple-Tribune, Lévis
Progrès de Magog, Magog
Progrès-dimanche, Chicoutimi
Progrès-écho, Rimouski
Saint-Laurent écho, Rivière-du-Loup
L'Union, Victoriaville/Arthabaska
La Voix des Mille-Îles, Sainte-Thérèse
La Voix du samedi, Sorel/Tracy
La Voix gaspésienne, Matane

6770

LES HEBDOS MÉTROPOLITAINS

Hebdos Métropolitains
5699, Christophe-Colomb
Montréal
H2S 3M1
Téléphone: (514) 274-6571

Imprimés représentés
Selon la carte de tarif no 14 en vigueur en 1981
L'Avenir de L'Est, Montréal
Cités nouvelles, Sainte-Geneviève
Flambeau de l'Est, Montréal
Guide de Montréal-Nord, Montréal-Nord
Le Guide Mont-Royal, Montréal
Guide du Nord, Montréal
Hebdo journal de Rosemont, Montréal
Nouveau journal Saint-Michel, Montréal
Les Nouvelles de l'Est, Montréal
Progrès de Saint-Léonard et Nouveau Rosemont, Montréal
Le Progrès de Villeray, Montréal
Le Progrès du Nord, Montréal

6780

LES HEBDOS RIVE-SUD

Hebdos Rive-Sud
267, Saint-Charles ouest
Longueuil
J4H 1E3
Téléphone: (514) 463-2730
Imprimés représentés
selon la carte de tarif de 1980 et les cartes individuelles du 1er janvier 1981
Le Courrier du Sud/
The South Shore Courier, Longueuil
Courrier Mag, Longueuil
Courrier Mag Expansion, Ville Lemoyne
L'Information, Sainte-Julie
Le Journal de Chambly, Chambly
Le Journal de Saint-Bruno, Saint-Bruno-de-Montarville
L'Oeil régional, Beloeil
Le Reflet, Candiac
La Seigneurie, Montréal

6800

JEAN MC GOWN ET ASSOCIÉS INC.

Jean Mc Gown et Associés Inc.
785, avenue Plymouth, bureau 310
Ville Mont-Royal
H4P 1B3
Téléphone: (514) 735-5191

Imprimés représentés
Le Courrier médical, Montréal
Le Lundi, Montréal
Le Magazine illustré, Montréal
TV hebdo, Montréal
TV plus, Montréal
P.S. Post-Scriptum, Montréal
Le Publicitaire, Montréal
Le Temps de vivre, Montréal
La Vie médicale au Canada-français, Montréal

6810

JEAN SÉGUIN ET ASSOCIÉS INC.

Jean Séguin et Associés Inc.
601, Côte Vertu
Saint-Laurent
H4L 1X8
Téléphone: (514) 748-6561

Imprimés représentés
Barrique et marmite, Montréal
L'Infirmière canadienne, Ottawa
Journal dentaire du Québec, Ville Saint-Laurent

6820

J.-HENRI CHAMPAGNE ET ASSOCIÉS

J.-Henri Champagne et Associés
3892, Bellechasse
Montréal
H1X 1J4
Téléphone: (514) 376-9108
(514) 376-4812

Imprimés représentés
Âge d'or/vie nouvelle, Montréal

6830

LES JOURNAUX SÉLECT DU QUÉBEC

Les Journaux Sélect du Québec
1538, Sherbrooke ouest, bureau 204
Montréal
H3G 1L5
Téléphone: (514) 931-2501

Imprimés représentés
selon la carte de tarif no 25 du 1er février 1981
L'Artisan, Repentigny
Beauce nouvelle, Saint-Georges
Contact (Ahuntsic), Laval
Contact Laval, Laval
Courrier de Portneuf, Donnacona
Courrier-Frontenac, Thetford-Mines
Courrier-Sud, Nicolet
L'Écho, Dorion
L'Étoile de l'Outaouais-Saint-Laurent, Dorion
Étoile du Lac, Roberval
L'Express, Drummondville

La Gatineau, Maniwaki
The Gleaner, Huntingdon
Le Havre, Chandler
L'Hebdo, Cap-de-la-Madeleine
L'Hebdo du Saint-Maurice, Shawinigan
L'Information, Mont-Joli
L'Information régionale, Maple-Grove
Le Journal de Chambly, Chambly
Le Journal chaleur, New-Richmond
Journal l'action, Joliette
Le Kamouraska, La Pocatière
Le Lac Saint-Jean, Alma
Le Mirabel, Saint-Jérôme
Le Nord-Est, Sept-Îles
Le Nordic, Baie-Comeau
Le Nordic, Sept-Îles
La Nouvelle de Victoriaville et des Bois-Francs, Victoriaville
La Nouvelle revue, Granby
Le Peuple-hebdo de Lotbinière, Saint-Agapit
Le Pharillon-voyageur, Gaspé
Plein jour sur Charlevoix, Forestville
Plein jour sur Manicouagan, Baie-Comeau
Plein jour sur le Saguenay, Forestville
Le Progrès de Coaticook, Coaticook
Le Radar, Îles-de-la-Madeleine
Le Réveil à Chicoutimi, Chicoutimi
Le Réveil à Jonquière, Jonquière
Le Réveil à La Baie, La Baie
Le Richelieu agricole, Saint-Jean-sur-Richelieu
La Sentinelle de Chibougamau-Chapais, Chibougamau
Le Soleil du Saint-Laurent, Beauharnois
Le Témiscamien, Ville-Marie
La Vallée de la Chaudière, Saint-Joseph
La Voix du Sud, Lac-Etchemin
La Voix populaire, Montréal

6840

NORMÉDIA LTÉE

Normédia Ltée
100, avenue Dresden
Ville Mont-Royal
H3P 2B6
Téléphone : (514) 735-6361

Imprimés représentés
Clin d'oeil, Ville Mont-Royal
Décoration chez-soi, Ville Mont-Royal
Rénovation bricolage, Ville Mont-Royal

6850

PROBEC 5 LTÉE

Probec 5 Ltée
7, Saint-Jacques
Montréal
H2Y 1K9
Téléphone : (514) 285-7306

Imprimés représentés
selon la carte de tarif no 6 en vigueur en 1980
Le Droit, Ottawa
Le Nouvelliste, Trois-Rivières
La Presse, Montréal
La Tribune, Sherbrooke
La Voix de L'Est, Granby

3.2.2 Les médias électroniques

6870

AGENCE MMB LTÉE

IDENTIFICATION
Agence MMB Ltée
1110, Sherbrooke ouest, bureau 606
Montréal
H3A 1G8
Téléphone : (514) 845-4111, Télex : 055-60654
Groupes commerciaux représentés :
Impact FM
Réseau Québec

Stations représentées
CFGL-MF, Laval
CFJO-MF, Gagnon
CFMF-MF, Fermont
CHAI-MF, Châteauguay
CHGA-MF, Maniwaki
CHOM-MF, Montréal
CIEL-MF, Longueuil
CINQ-MF, Montréal
CIRC-MF, Rouyn
CJRG-MF, Montréal
CKGM-MA, Montréal
CKLE-MF, Rimouski

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Carte No 10 en vigueur le 1er septembre 1980

Les stations et les marchés du Québec
5 stations :
CJMF-MF
CKGM-MA
CHOM-MF
CFGL-MF
CIEL-MF
3 marchés :
Ville de Québec
Montréal anglophone
Montréal francophone

Plan	Durée de l'annonce	Tarif d'une annonce de ch plan	Répartition de la diffusion : Jours	Répartition de la diffusion : Heures ou classes	Nombre d'annonces requis par le plan
				Nb d'an par sem	Nb de sem diff
		$			
1 de portée totale	30 sec	165	Selon le plan 1 de chaque station	12	3
	60 sec	158		24	3
		217		12	3
		209		12	3
2 de portée totale	30 sec	162	Selon le plan 2 de chaque station	12	3
	60 sec	155		24	3
		214		12	3
		207		24	3

* La répartition en pourcentage des heures et classe de diffusion des plans de chaque station est approximatif. Toutes les cédules sont basées sur la rotation hebdomadaire suivante :
lundi à dimanche — lundi, mercredi et samedi — mardi et jeudi
lundi à vendredi — mardi, jeudi et samedi

Matériel publicitaire
Toute réservation doit être faite 8 semaines avant la première parution. Les achats faits 8 semaines à l'avance sont assurés d'une protection pour chaque station.

Modalités de paiements
Les factures sont envoyées mensuellement et comprennent les sommes dues pour les annonces diffusées sur tout le réseau (MMC) et pour les annonces diffusées sur chacune des stations.
Une commission de 15% sur tout achat MMC est consentie aux agences de publicité reconnues. Il n'y a pas d'escompte au comptant.
Une taxe provinciale sur la publicité s'ajoute aux tarifs des annonces diffusées par les stations, situées dans des provinces ayant une taxe sur la publicité.

Divers
Deux semaines d'avis sont exigées de l'une ou l'autre des parties pour l'annulation des contrats. Les deux premières semaines d'un contrat ne peuvent être annulées. Les deux semaines suivantes ne peuvent, non plus, être annulées, si celles-ci comprennent des hiatus.
La carte de tarif MMC est publiée 2 fois l'an, le 1er janvier et le 1er septembre. Tout achat est honoré jusqu'à expiration du contrat. Les nouveaux tarifs d'une station entrent en vigueur avec la publication d'une nouvelle carte de tarif MMC.
Les messages commerciaux doivent satisfaire aux exigences du code d'éthique de la radio et de la télévision, aux règlements du CRTC et aux directeurs de tout organisme régissant la publicité canadienne. Chaque station se réserve le droit de ne pas diffuser un message commercial incompatible avec sa programmation.

* Traduction libre de la carte de tarif

6880

CBC NATIONAL SELECTIVE TV SALES

CBC National Selective TV Sales
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2596; Télex: 05-267417
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Station représentée
CBMT, Montréal

6890

COMMUNICATIONS A.C. LTÉE

Communications A.C. Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 925
Montréal
H3B 3R7
Téléphone: (514) 861-5654; Télex: 05-267542 et 055-60056
Groupes commerciaux représentés:
Radio Est
Radio Inter-Cité

Stations représentées
CFLS-MA, Lévis
CKOI-MF, Montréal
CKRS-TV, Jonquière
CKSH-TV, Sherbrooke
CKTM-TV, Trois-Rivières
CKVL-MA, Montréal

6900

COMMUNICATIONS MUTUELLES LTÉE (MUTUELCOM)

Communications Mutuelles Ltée
666, Sherbrooke ouest, bureau 702
Montréal
H3A 1E7
Téléphone: (514) 844-3411; Télex: 055-60332

Réseau représenté
Radiomutuel

Stations représentées
CIGB-MA, Trois-Rivières
CJAB-MA, Chicoutimi
CJMS-MA, Montréal
CJRC-MA, Ottawa
CJRP-MA, Québec
CJRS-MA, Sherbrooke
CJTR-MA, Trois-Rivières
CKMF-MF, Montréal

6910

GROUP ONE RADIO LTD.

Group One Radio Ltd.
105, Carlton Street, bureau 31
Toronto (Ontario)
M5B 1M2
Téléphone: (416) 977-6772, Toronto
(514) 483-2362, Montréal

Station représentée au Québec
CFMB-MA, Montréal

6920

MÉDIAREP INC.

Médiarep Inc.
3, Place Laval, bureau 450
Chomedey, Laval
H7N 1A2
Téléphone: (514) 663-8833
(514) 381-9710
Groupe commercial représenté: Impact Fm

Stations représentées
CFGL-MF, Laval
CIEL-MF, Longueuil

6930

OPEX COMMUNICATIONS LTÉE

IDENTIFICATION
Opex Communications Ltée
2050, Mansfield, bureau 300
Montréal
H3A 1Y9
Téléphone: (514) 845-8191

Réseaux représentés
Télémédia
Télémédia (baseball)
Télémédia (réseau radiophonique des Nordiques)

Stations représentées
CFLP-MA, Rimouski
CHLN-MA, Trois-Rivières
CHLT-MA, Sherbrooke
CHRL-MA, Roberval
CIMF-MF, Hull
CITE-MF, Montréal
CITE-MF-1, Sherbrooke
CJMT-MA, Chicoutimi
CKAC-MA, Montréal
CKCH-MA, Hull
CKCN-MA, Sept-Îles
CKCV-MA, Québec
CKTS-MA, Sherbrooke

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires du réseau radiophonique français des Expos 1981
1 message par match, 30 secondes: 33 000$ pour la saison
1 message par match, 60 secondes: 66 000$ pour la saison
(incluant les matches pré-saison et le match de la Coupe Pearson)

Stations du réseau
CFDA-MA, Victoriaville
CFLM-MA, La Tuque
CHAD-MA, Amos
CHAL-MA, Saint-Pamphile
CHEF-MA, Granby
CHGB-MA, La Pocatière
CHLN-MA, Trois-Rivières
CHLT-MA, Sherbrooke
CHRT-MA, Saint-Éleuthère
CIPC-MA, Port-Cartier
CJAF-MA, Cabano
CJFP-MA, Rivière-du-Loup
CJMT-MA, Chicoutimi
CJSO-MA, Sorel
CKAC-MA, Montréal
CKCH-MA, Hull
CKCN-MA, Sept-Îles
CKCV-MA, Québec
CKFL-MA, Lac-Mégantic
CKLD-MA, Thetford-Mines
CKLS-MA, La Sarre
CKMG-MA, Maniwaki
CKML-MA, Mont-Laurier
CKRL-MA, L'Annonciation
CKRN-MA, Rouyn
CKSJ-MA, Saint-Jovite
CKTL-MA, Plessisville
CKVD-MA, Val d'Or

Tarifs publicitaires du réseau radiophonique anglais des Expos 1981
1 message par match, 30 secondes: 14 800$ pour la saison
1 message par match, 60 secondes: 29 600$ pour la saison
(incluant les matches pré-saison et le match de la Groupe Pearson)

Stations du réseau
CFCF-MA, Montréal
CKBY-MF, Ottawa

6940

PAUL L'ANGLAIS INC.

IDENTIFICATION
Paul L'Anglais Inc.
1600, boul. de Maisonneuve est, bureau A-698
Montréal
H2L 4P2
Téléphone: (514) 526-9201; Télex: 05-267329

Réseau représenté
TVA

Stations représentés
CFCM-TV, Québec
CFER-TV, Rimouski
CFTM-TV, Montréal
CHAU-TV, Carleton
CHEM-TV, Trois-Rivières
CHLT-TV, Sherbrooke
CIMT-TV, Rivière-du-Loup
CJPM-TV, Chicoutimi

PUBLICITÉ
Tarifs publicitaires
Carte No 11 en vigueur le 31 août 1981
Les émissions de chaque plan
Plan no 1: Marisol
Le Clan Beaulieu
La Petite Maison dans la Prairie
Les Brillant
Plan no 2: Chips
Plan no 3: Hawaii 5-0
J'ai mon voyage
Homme de 6 millions

Tarifs d'une annonce selon la fréquence

Plan	Fréquence 13-51	52-103	104-207	208 et plus
	$	$	$	$
Plan 1	-	4 045	3 925	3 800
Plan 2	-	3 195	3 100	3 005
Plan 3	3 240	3 060	2 970	2 880

* Durée de 30 secondes

Escompte
Toutes les émissions peuvent être combinées pour fins d'escompte
Tout achat effectué avant le 31 août 1980 bénéficie d'un escompte de 5%.

Matériel publicitaire
2 copies de chaque film ou une copie de ruban magnétoscopique (VTR) requises.
Les copies et instructions doivent être reçues au service de routage de CFTM-TV, au moins 10 jours avant la date de mise en ondes.

Divers
Achat minimum plan 1 et 2: 52 occasions
plan 3: 13 occasions
Les contrats de 52 semaines ont priorité sur les contrats de courte durée.
Les émissions du plan de participation ne sont pas offertes pour achat sélectif.
Achat non résiliable

6950

PAUL MULVIHILL RADIO LTÉE

Paul Mulvihill Radio Ltée
1405, Peel, bureau 206
Montréal
H3A 1S5
Téléphone: (514) 849-4101, Télex: 055-61020

Stations représentées
CFCF-MA, Montréal
CFQR-MF, Montréal

6960

PUBLICITÉ SÉLECT INC.

Publicité Sélect Inc.
175, Sir Wilfrid Laurier
Jonquière
G7X 7X3
Téléphone: (418) 542-4551

Station représentée
CKRS-TV, Jonquière

6970

RADIO CITÉ

Radio Cité
1184, Sainte-Catherine ouest, bureau 500
Montréal
H3B 1K1
Téléphone: (514) 866-3741

Station représentée
CITE-MF, Montréal

6980

RADIO UNIE

Radio Unie
3450, Drummond, bureau 607
Montréal
H3G 1Y3
Téléphone: (514) 842-8521

Réseau représenté
Réseau des Appalaches

Groupes commerciaux représentés:
Radio Réseau Laurentides
Radio Unie Québec

Stations affiliées
CFDA-MA, Valleyfield
CFED-MA, Chapais
CFGT-MA, Alma
CFLM-MA, La Tuque
CFVD-MA, Dégelis
CHIP-MF, Fort-Coulonge
CHRM-MA, Matane
CHVD-MA, Dolbeau
CJAN-MA, Asbestos
CJLP-MA, Disraéli
CJMD-MA, Chibougamau
CJSA-MA, Sainte-Agathe-des-Monts
CJVL-MA, Sainte-Marie
CKFL-MA, Lac-Mégantic
CKLD-MA, Thetford-Mines
CKLR-MA, L'Annonciation
CKMG-MA, Maniwaki
CKML-MA, Mont-Laurier
CKSJ-MA, Saint-Jovite
CKTL-MA, Plessisville
CKVM-MA, Ville-Marie
CKVT-MA, Témiscaming

6990

SOCIÉTÉ DE PUBLICITÉ RADIO-TÉLÉVISION SBS LTÉE

Société de Publicité Radio-Télévision SBS Ltée
1440, Sainte-Catherine ouest, bureau 1020
Montréal
H3G 1R8
Téléphone: (514) 861-3473

Stations représentées
CJAD-MA, Montréal
CJFM-MF, Montréal

7000

TÉLÉ-CAPITALE UNICOM LTÉE

Télé-Capitale Unicom Ltée
1010, Sainte-Catherine ouest, bureau 935
Montréal
H3B 1E7
Téléphone: (514) 861-5461, Télex: 05-267580

Réseau représenté:
CKO All News Radio Network
Groupe commercial représenté: Réseau Radio Nord

Stations de radio représentées
CFLV-MA, Valleyfield
CFRP-MA, Forestville
CHAD-MA, Amos

CHAL-MA, Saint-Pamphile
CHEF-MA, Granby
CHGB-MA, La Pocatière
CHGB-MF, La Pocatière
CHLC-MA, Hauterive
CHLM-MF, Rouyn-Noranda
CHNC-MA, New-Carlisle
CHOI-MF, Sainte-Foy
CHRC-MA, Sainte-Foy
CHRS-MA, Saint-Jean/Longueil
CHRT-MA, Pohénégamook
CIME-MF, Sainte-Adèle
CIMH-MF, Sept-Îles
CIMO-MF, Magog
CIRB-MA, Lac-Etchemin
CJAF-MA, Cabano
CJFP-MA, Rivière-du-Loup
CJLA-MA, Lachute
CJMC-MA, Sainte-Anne-des-Monts
CKBM-MA, Montmagny
CKBS-MA, Saint-Hyacinthe
CKLM-MA, Laval
CKLS-MA, La Sarre
CKO-MA, Pointe-Claire
CKRB-MA, Saint-Georges
CKRN-MA, Noranda
CKRS-MA, Jonquière
CKSM-MA, Shawinigan
CKVD-MA, Val-d'Or

Stations de télévision représentées
CFCM-TV, Québec
CFEM-TV, Rouyn-Noranda
CFER-TV, Rimouski
CHOT-TV, Hull
CIMT-TV, Rivière-du-Loup
CKMI-TV, Québec
CKRN-TV, Rouyn-Noranda
CKRT-TV, Rivière-du-Loup

7010

VENTE NATIONALE SÉLECTIONNÉE (TV) DE RADIO-CANADA

Vente nationale sélectionnée (TV) de Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2162. Télex: 055-60951
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Stations représentées
CBFT-TV, Montréal
CBGAT-TV, Matane
CBOFT-TV, Ottawa
CBVT-TV, Sainte-Foy
CJBR-TV, Rimouski

7020

VENTE RÉSEAU TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA

Vente Réseau de Radio-Canada
1400, boul. Dorchester est
Montréal
H2L 2M2
Téléphone: (514) 285-2162. Télex: 055-60951
C.P. 6000
Montréal
H3C 3A8

Réseau représenté
Radio-Canada (réseau français de télévision)

Appendices

APPENDICE 1
INDEX DES MEDIAS ET DES MAISONS DE REPRESENTATION

Index permute de titres

A

A-1
Hebdo A-1 Inc., les 6760
Abaka 2160
Abitibien(s)
Échos abitibiens, les 1860
A.C.
Communications A.C. Ltée 6890
Action
Action Canada France 2770
Action nationale, l' 3320
Journal l'action 1610
Actualité
Actualité, l' 2370
Actualité médicale, l' 3490
Adsum 570
Affaires
Journal des affaires, le 210
Âge d'Or
Âge d'Or/Vie nouvelle 3330
Agence
Agence MMB Ltée 6870
Agora 3200
Agricole
Coopérateur agricole, le 2660
Producteur agricole, le 2680
Richelieu agricole, le 1380
Agriculteurs
Bulletin des agriculteurs, le 2650
Aladin, l' 2010
Alimentation
Alimentation au Québec, l' 2710
All
CKO (All News Radio Network) 6200
Allo
Allo-police 30
Altitude 1350 2020
Ancai
Voix de l'ancai, la 3750
Anglais
CBC (réseau anglais de radio) 6190
CBC (réseau anglais de télévision) 6530
Appalaches
Radio des Appalaches 6220
Appel, l' 580
Arabe
Revue du monde arabe au Canada, la 2320
Argenteuil, l' 1550
Artisan, l' 960
Atuaqnik 2030
Auberge via Québecair 2380
Aujourd'hui
Filles d'aujourd'hui 2460
Automobile, l' 3670
Avant-poste
Avant-poste gaspésien, l' 320
Avec lui 3440
Avenir
Avenir de Brome-Missisquoi, l' 1400
Avenir de l'Est, l' 970
Aviation
Aviation-Québec 3680
Aviron, l' 440

B

Back
Low down to Hull and back news, the 1780
Barreau 81 2890
Barrique
Barrique et marmite 2720
Baseball
Télémédia (baseball) 6260
Bâtiment 2850
Bâtir
Ensemble pour bâtir 3470
Beauce
Beauce-média 640
Beauce nouvelle 650
Beauté
CBC coiffure beauté charme 3600
Bellavance
Groupe de presse Bellavance, le 6750
Berdache, le 3340
Berthelaise
Vie berthelaise, la 2640
Biiou 3060
Bois
Au fil du bois 3050
Bois-Francs
Nouvelle de Victoriaville et des Bois-Francs, la 860
Bonjour 3610
Bricolage
Rénovation bricolage 2540
Brome-Missisquoi
Avenir de Brome-Missisquoi, l' 1400
Bugle
Champlain bugle, the 2910
Bulletin
Bulletin de la Lièvre, le 1720
Bulletin des agriculteurs, le 2650
Bulletin-voyages 3210
OACI bulletin 3710
Bureautique
Informatique et bureautique 3170

C

Caducée, le 2900
Calendar
Montréal calendar magazine 3620
Canada
Action Canada France 2770
Liban au Canada 2290
Pulp and paper Canada 3120
Radio-Canada (réseau français de radio) 6210
Radio-Canada (réseau français de télévision) 6550
Revue du monde arabe au Canada, la 2320
Union médicale du Canada, l' 3580
Vente nationale sélectionnée de Radio-Canada 7010
Vente réseau télévision de Radio-Canada 7020
Canada-français
Canada-français, le 1290
Vie médicale au Canada-français, la 3590
Canadese
Cittadino canadese, il 2180
Canadian
Canadian doctor 3500
Canadian forwarder 3690
Canadian mining journal 3070
Canadian textile journal 3080
Canadian workshop 2390
CTV canadian television network 6540
Distributeur et détaillant canadien/Canadian distributor and retailer 2730
Greek canadian reportage 2230
Greek canadian tribune 2240
Canadien(ne)
Distributeur et détaillant canadien/Canadian distributor and retailer 2730
Église canadienne, l' 3450
Infirmière canadienne, l' 3520
Carillon, le 1730
Carrousel
Progrès-carrousel de Thetford 730
CBC
CBC coiffure beauté charme 3600
CBC national selective TV sales 6880
CBC (réseau anglais de radio) 6190
CBC (réseau anglais de télévision) 6530
CBF-MA, Montréal 5590
CBF-MF, Montréal 5600
CBFT-TV, Montréal 6440
CBGA-MA, Matane 5000
CBGAT-TV, Matane 6290
CBJ-MA, Chicoutimi 5140
CBJ-MF, Chicoutimi 5150
CBM-MA, Montréal 5610
CBM-MF, Montréal 5620
CBMT-TV, Montréal 6450
CBOF-MA, Ottawa 5930
CBOF-MF, Ottawa 5940
CBOFT-TV, Ottawa 6490
CBV-MA, Sainte-Foy 5250
CBV-MF, Sainte-Foy 5260
CBVE-MF, Québec 5270
CBVT-TV, Sainte-Foy 6370
Centre-ville le 980
CFCF
CFCF-MA, Montréal 5630
CFCF-MA et CFQR-MF 6660
CFCF-TV, Montréal 6460
CFCM-TV, Sainte-Foy 6380
CFCQ-MF, Trois-Rivières 5440
CFDA-MA, Victoriaville 5500
CFEM-TV
CFEM-TV, Noranda 6510
CFEM-TV et CKRN-TV 6730
CFER-TV, Rimouski 6300
CFGL-MF, Laval 5640
CFGT-MA, Alma 5160
CFJO-MF, Gagnon 6100
CFLM-MA, La Tuque 5450
CFLP-MA, Rimouski 5010
CFLS-MA, Lévis 5350
CFLV-MA, Valleyfield 5830
CFMB-MA, Westmount 5650
CFMF-MF, Fermont 6110
CFQR
CFCF-MA et CFQR-MF 6660
CFQR-MF, Montréal 5660
CFTM-TV, Montréal 6470
CFVD-MA, Dégelis 5020
CFVM-MA, Amqui 5030
CHAD-MA, Amos 6020
CHAI-MF, Châteauguay 5840
Chaleur
Journal chaleur 460
CHAL-MA
CHAL-MA, Saint-Pamphile 5360
CHAL-MA et CHGB-MA 6670
Chambly
Journal de Chambly, le 1460
Champagne
J-Henri Champagne et Associés 6820
Champlain
Champlain bugle, the 2910

Charlevoix
Plein jour sur Charlevoix 620
Charme
CBC coiffure beauté charme 3600
Chasse
Québec chasse et pêche 3290
Châtelaine 2400
Chaudière
Peuple de la Chaudière 700
Vallée de la Chaudière, la 750
Chauffage
Plomberie, chauffage et climatisation 2870
CHAU-TV, Carleton-sur-Mer 6310
CHEF-MF, Granby 5850
CHEM-TV, Trois-Rivières 6400
Chez nous
Terre de chez nous, la 2700
Chez-soi
Décoration chez-soi 2430
CHGA-MF, Maniwaki 5950
CHGB
CHAL-MA et CHGB-MA 6670
CHGB-MA, La Pocatière 5040
CHGB-MF, La Pocatière 5050
CHIB-MA, Chibougamau 5170
Chibougamau-Chapais
Sentinelle de Chibougamau-Chapais, la 560
Chicoutimi
Réveil à Chicoutimi, le 530
CHIP-MA, Fort-Coulonge 5960
CHLC-MA, Hauterive 6120
CHLM-MA, Rouyn-Noranda 6030
CHLN-MA, Trois-Rivières 5460
CHLT
CHLT-MA et CITE-MF-1 6680
CHLT-MA, Sherbrooke 5530
CHLT-TV, Sherbrooke 6420
CHMO-MF, Kuujjuaq 6130
CHNC-MA, New-Carlisle 5110
CHOC-MF, Jonquière 5180
CHOI-MF, Sainte-Foy 5280
CHOM-MF, Montréal 5670
CHOT-TV, Hull 6500
CHRC-MA, Sainte-Foy 5290
CHRD-MA, Drummondville 5510
CHRL-MA, Roberval 5190
CHRM-MA, Matane 5060
Chronicle
News and chronicle 1120
Québec chronicle-telegraph 630
CHRS-MA, Longueuil 5810
CHVD-MA, Dolbeau 5200
Ciao 2170
CIBL-MF, Montréal 5680
CIBO-MF, Senneterre 6040
CIEL-MF, Longueuil 5820
CIGB
CIGB-MF, Trois-Rivières 5470
CIGB-MF et CJTR-MA 6690
CIME-MF, Sainte-Adèle 5880
CIMF
CIMF-MF, Hull 5970
CIMF-MF et CKCH-MA 6720
CIMH-MF, Sept-Îles 6140
CIMO-MF, Magog 5440
CIMT-TV, Rivière-du-Loup 6320
CINQ-MF, Montréal 5690
CIPC-MA, Port-Cartier 6150
CIRB
CIRB-MA et CKRB-MA 6700
CIRB-MA, Saint-Georges 5370
CIRC-MF, Rouyn 6050
CITE(S)
CHLT-MA et CITE-MF-1 6680
CITE-MF, Montréal 5700
CITE-MF-1, Sherbrooke 5550
Cités nouvelles 990
Radio Cité 6970
Radio Inter-Cité 6600
Citoyen, le 890
Cittadino
Cittadino canadese, Il 2180
CIVM-TV, Montréal 6480
CJAB-MF, Chicoutimi 5210
CJAD-MA, Montréal 5710
CJAN-MA Asbestos 5560
CJBR
CJBR-MA, Rimouski 5070
CJBR-MF, Rimouski 5080
CJBR-TV, Rimouski 6330
CJFM-MF, Montréal 5720
CJFP-MA, Rivière-du-Loup 5040
CJLA-MA, Lachute 5980
CJLM-Ma, Joliette 5890
CJLP-MA, Thetford-Mines 5380
CJMC-MA, Sainte-Anne-des-Monts 5120
CJMD-MA, Chibougamau 5220
CJMF-MF, Québec 5300
CJMS
CJMS-MA, Montréal 5730
CJMS-MA et CKMF-MF 6710
CJMT-MA, Chicoutimi 5230
CJPM-TV, Chicoutimi 6350
CJRC-MA, Ottawa 5990
CJRG-MF, Gaspé 5130
CJRP-MA, Sillery 5310
CJRS-MA, Sherbrooke 5570
CJSA-MA, Sainte-Agathe-des-Monts 5900
CJSO-MA, Sorel 5860
CJTR-MA
CIGB-MF et CJTR-MA 6690
CJTR-MA, Trois-Rivières 5480
CJVL-MA Sainte-Marie 5390
CKAC-MA, Montréal 5740
CKBH-MA, Baie-Comeau 6160
CKBM-MA, Montmagny 5400
CKBS-MA, Saint-Hyacinthe 5870
CKCH
CIMF-MF et CKCH-MA 6720
CKCH-MA, Hull 6000
CKCN-MA, Sept-Îles 6170
CKCV-MA, Québec 5320
CKFL-MA, Lac-Mégantic 5410
CKGM-MA, Montréal 5750
CKLD-MA, Thetford-Mines 5420
CKLE-MF, Rimouski 5100
CKLM-MA, Duvernay-Laval 5760
CKLS-MA, La Sarre 6060
CKMA-MA, Mont Apica 5330
CKMF
CJMS-MA et CKMF-MF 6710
CKMF-MF, Montréal 5770
CKMG-MA, Maniwaki 6010
CKMI-TV, Sainte-Foy 6390
CKML-MA, Mont-Laurier 5910
CKO
CKO all news radio network 6200
CKO-MA, Pointe-Claire 5780
CKOI-MF, Verdun 5790
CKPV-MF, Povungnituk 6180
CKRB
CIRB-MA et CKRB-MA 6700
CKRB-MA, Saint-Georges 5430
CKRL-MF, Sainte-Foy 5340
CKRN
CFEM-TV et CKRN-TV 6730
CKRN-MA, Rouyn 6070
CKRN-TV, Noranda 6520
CKRS
CKRS-MA, Jonquière 5240
CKRS-TV, Jonquière 6360
CKRT-TV, Rivière-du-Loup 6340
CKSH-TV
CKSH-TV, Sherbrooke 6430
CKTM-TV et CKSH-TV 6740
CKSJ-MA, Saint-Jovite 5920
CKSM-MA, Shawinigan 5490
CKTL-MA, Plessisville 5520
CKTM-TV
CKTM-TV et CKSH-TV 6740
CKTM-TV, Trois-Rivières 6410
CKTS-MA, Sherbrooke 5580
CKVD-MA, Val d'Or 6080
CKVL-MA, Verdun 5800
CKVM-MA, Ville-Marie 6090
Clairon
Nouveau clairon, le 1490
Climatisation
Plomberie, chauffage et climatisation 2870
Clin d'oeil 2410
Coaticook
Progrès de Coaticook, le 930
Coiffure
CBC coiffure beauté charme 3600
Combat 3350
Commerce
Commerce-Montréal 3090
Revue commerce 3140
Commerciale
Semaine commerciale, la 290
Communications
Communications A.C. Ltée 6890
Communications mutuelles Ltée 6900
Opex communications Ltée 6930
Concorde, la 1560
Confident
Confident de la Rive-Nord, le 2040
Conseil
Écho du conseil, l' 2060
Construction
Génie-construction 2860
Québec construction 280
Constructo
Journal constructo 200
Contact
Contact (Ahuntsic) 1000
Contact (Témiscaming) 1840
Contact Laval 1010
Coopérateur
Coopérateur agricole, le 2660
Corriere
Corriere italiano 2190
Coup
Coup d'oeil 1300
Courier
Courrier du sud, le/South shore courier, the 1240
Courrier
Courrier de Malartic 1850
Courrier de Portneuf 590
Courrier de Saint-Hyacinthe 1410
Courrier de Trois-Pistoles, Le 330
Courrier du sud, le/South shore courier, the 1240
Courrier-express de Vaudreuil-Soulanges 1310
Courrier français, le 2200
Courrier-Frontenac 660
Courrier Laval 1020
Courrier mag 1250
Courrier mag expansion 1260
Courrier médical, le 3510
Courrier métropolitain, le (Ahuntsic) 2050
Courrier riviéra, le 1420
Courrier-sud 830
Peuple-courrier, le 690
Croc 2420
CTV
CTV canadian television network 6540

D

Décoration
Décoration chez-soi 2430
Décormag 2440
Dentaire
Journal dentaire du Québec 3530
Dernière
Dimanche dernière-heure 140
Détaillant
Distributeur et détaillant canadien/Canadian distributor and retailer 2730
Deux-rives, les 1430
Devoir, le 10
Dialogo 2210
Dimanche
Dimanche dernière-heure 140
Dimanche-matin 150
Progrès-dimanche 520
Distributeur
Distributeur et détaillant canadien/Canadian distributor and retailer 2730
Distributor
Distributeur et détaillant canadien/Canadian distributor and retailer 2730
Doctor
Canadian doctor 3500
Drassis 2220
Droit, le 20
Dynamique
Dynamique de la Mauricie, le 770

E

Eagle
Jewish eagle, the 2270
Écho(s)
Écho, l' 1320
Écho de Frontenac 900
Écho de la Lièvre, l' 1740
Écho de La Tuque 780
Écho de Louiseville/Berthier, l' 790
Écho du conseil, l' 2060
Écho du Nord 1570
Écho du transport, l' 3700
Échos abitibiens, les 1860
Échos-vedettes 160
Progrès-écho 390
Saint-Laurent écho 410
Sommet-écho des Laurentides, le 1670
Éclair, l' 2070
Éclaireur
Éclaireur-progrès 670
Église
Église canadienne, l' 3450
Église de Montréal 3460
Élan
Élan, l' 2080
Élan sept-ilien, l' 1920
Électricien
Maître électricien, le 3010
Emigrante
Jornal do emigrante 2280
Émissaire, l' 2920
En haut
Journal des pays d'en-haut 1600
Rivière d'en haut, la 1660
Enseignants, les 2930
Ensemble
Ensemble 2780
Ensemble pour bâtir 3470
Épicier, l' 2740
Equity, the 1750
Érable
Feuille d'érable, la 850
Est
Avenir de l'Est, l' 970
Flambeau de l'Est 1030
Nouvel-Est, le 360
Nouvelles de l'Est 1140
Radio Est Québec 6590
Voix de l'Est, la 120
Estrie, l' 2600
Étincelle, l' 910
Étoile
Étoile de l'Outaouais Saint-Laurent, l' 1330
Étoile du lac 490
Examiner
Westmount examiner, the 1230
Expansion
Courrier mag expansion 1260
Express
Courrier-express de Vaudreuil-Soulanges 1310
Express, l' 840
Rive sud-express 2120
Sunday express 300

F

Femme(s)
Femme 2450
Femmes d'ici 3360
Feuille
Feuille d'érable, la 850
Feux
Feux verts 3370
Fil
Au fil du bois 3050
Filles
Filles d'aujourd'hui 2460
Finance 170
Flambeau
Flambeau de l'Est 1030
Forwarder
Canadian forwarder 3690
Foyer
Madame au foyer 2480
Français
Courrier-français, le 2200
Radio-Canada (réseau français de radio) 6210
Radio-Canada (réseau français de télévision 6550
France
Action Canada France 2770
Frontenac
Courrier-Frontenac 660
Écho de Frontenac, l' 900
Frontière, la 1870

G

Gaspésien(ne)
Avant-poste gaspésien, l' 320
Voix gaspésienne, la 430
Gatineau
Gatineau, la 1760
Revue de Gatineau, la 1820
Gazette
Gazette, the 30
Gazette de Maniwaki, la 1770
Lake of Two Mountains gazette 1370
Génie
Génie-construction 2860
Gerbe
Gerbe d'or 3380
Gleaner, the 1340
Grand
Grand journal illustré, le 180
Greek
Greek canadian reportage 2230
Greek canadian tribune 2240
Group
Group one radio Ltd 6910
Groupe
Groupe de presse Bellavance, le 6750
Guide
Guide, le 680
Guide, le/the 1440
Guide de Montréal-Nord 1040
Guide du Nord 1060
Guide Mont-Royal, le 1050

H

Habitabec 190
Haut-Saint-François
Nouvelle du Haut-Saint-François 920
Havre, le 450
Hebdo(s)
Hebdo, l' 800
Hebdo de la Rouge, l' 1580
Hebdo de Portneuf, l' 600
Hebdo du Saint-Maurice, l' 810
Hebdo journal de Rosemont 1070
Hebdos A-1 Inc., les 6760
Hebdos métropolitains, les 6770
Hebdos Rive-Sud, les 6780
Peuple-hebdo de Lotbinière, le 710
Heure
Dimanche dernière-heure 140
Horizon 2250
Horoscope
Horoscope quotidien 2800
Votre horoscope 2820
Hôtellerie
Hôtellerie restauration 2750
Hull
Low down to Hull and back news, the 1780

I

Ici
Femme d'ici 3360
Reflet d'ici, le 1880
Industriel
Québec industriel, le 3130
Illustré (es.s)
Grand journal illustré, le 180
Magazine illustré, le 220
Nouvelles illustrées, les 240
Image
Image de la Mauricie 2610
Immobilier
Magazine de l'immobilier, le 3100
Impact FM 6580
Impression, l' 2940
Imprimeur
Maître-imprimeur, le 2830
Infirmière
Infirmière canadienne, l' 3520
Info
Info 81 2790
Info-Québec 3150
Information
Information 2950
Information, l' (Mont-Joli) 340
Information, l' (Sainte-Julie) 1450
Information nationale, l' 3390
Information régionale, l' 1350
Informatique
Informatique et bureautique 3170
Informatique-Québec 3160
Insième 2260
Inter
Radio Inter-Cité 6600

Internationales
Vedettes internationales, les 1990
Italia
Voce d'Italia, la 2350
Italiano
Corriere italiano 2190

J

Jean
Jean Mc Gown et Associés 6800
Jean Séguin et Associés Inc. 6810
Jewish
Jewish eagle, the 2270
J-Henri
J-Henri Champagne et Associés 6820
Joliette
Joliette journal 1590
Jonquière
Réveil à Jonquière, le 540
Jornal
Jornal do emigrante 2280
Journal(aux)
Canadian mining journal 3070
Canadian textile journal 3080
Grand journal illustré 180
Hebdo journal de Rosemont 1070
Joliette journal 1590
Journal chaleur, le 460
Journal constructo 200
Journal de Chambly, le 1460
Journal de Montréal, le 40
Journal de Québec, le 50
Journal de Saint-Bruno, le 1470
Journal dentaire du Québec 3530
Journal des affaires 210
Journal des pays d'en haut 1600
Journal des rivières 1480
Journal des voyages 3220
Journal l'action 1610
Journal le Saint-François 1360
Journaux Sélect du Québec, les 6830
MacDonald journal 2970
Moto journal 3250
Nouveau journal Saint-Michel 1130
Stanstead journal, the 950

K

Kamouraska, le 350

L

La Baie
Réveil à La Baie, le 550
Lac
Étoile du lac, l' 490
Lac Saint-Jean, le 500
Lachine
Messager de Lachine, le 1080
Lait
Producteur de lait québécois, le 2690
Lake
Lake of Two Mountains gazette 1370
L'Anglais
Paul L'Anglais Inc. 6940
Lapin
Lapin du Québec, le 2670
Lasalle
Messager de Lasalle, le
Messenger, the 1090
La Tuque
Écho de La Tuque, l' 780
Laurentides
Radio réseau Laurentides 6610
Sommet-écho des Laurentides 1670
Laval
Contact Laval 1010
Courrier Laval 1020
Liban
Liban au Canada 2290
Lièvre
Bulletin de la Lièvre 1720
Écho de la Lièvre, l' 1740
Link, the 2960
Loisirs
Loisirs et sports 3230
Lotbinière
Peuple-hebdo de Lotbinière, le 710
Louiseville/Berthier
Écho de Louiseville/Berthier, l' 790
Low Down
Low down to Hull and back news, the 1780
Lundi, le 2470

M

MA
CBF-MA, Montréal 5590
CBGA-MA, Matane 5000
CBJ-MA, Chicoutimi 5140
CBM-MA, Montréal 5610
CBOF-MA, Ottawa 5930
CBV-MA, Sainte-Foy 5250
CFCF-MA, Montréal 5630
CFCF-MA et CFQR-MF 6660
CFDA-MA, Victoriaville 5500
CFGT-MA, Alma 5160
CFLM-MA, La Tuque 5450
CFLP-MA, Rimouski 5010
CFLS-MA, Lévis 5350
CFLV-MA, Valleyfield 5830
CFMB-MA, Westmount 5650
CFVD-MA, Dégelis 5020
CFVM-MA, Amqui 5030
CHAD-MA, Amos 6020
CHAL-MA, Saint-Pamphile 5360
CHAL-MA et CHGB-MA 6670
CHBG-MA, La Pocatière 5040
CHAL-MA et CHGB-MA 6670
CHIB-MA, Chibougamau 5170
CHLC-MA, Hauterive 6120
CHLM-MA, Rouyn-Noranda 6030
CHLN-MA, Trois-Rivières 5460
CHLT-MA, Sherbrooke 5530
CHLT-MA et CITE-MF-1 6680
CHNC-MA, New-Carlisle 5110
CHRC-MA, Sainte-Foy 5290
CHRD-MA, Drummondville 5510
CHRL-MA, Roberval 5190
CHRM-MA, Matane 5060
CHRS-MA, Longueuil 5810
CHVD-MA, Dolbeau 5200
CIGB-MF et CJTR-MA 6690
CIMF-MF et CKCH-MA 6720
CIPC-MA, Port-Cartier 6150
CIRB-MA, Saint-Georges 5370
CIRB-MA et CKRB-MA 6700
CJAD-MA, Montréal 5710
CJAN-MA, Asbestos 5560
CJBR-MA, Rimouski 5070
CJFP-MA, Rivière-du-Loup 5040
CJLA-MA, Lachute 5980
CJLM-MA, Joliette 5890
CJLP-MA, Thetford-Mines 5380
CJMC-MA, Sainte-Anne-des-Monts 5120
CJMD-MA, Chibougamau 5220
CJMS-MA, Montréal 5730
CJMS-MA et CKMF-MF 6710
CJMT-MA, Chicoutimi 5230
CJRC-MA, Ottawa 5990
CJRP-MA, Sillery 5310
CJRS-MA, Sherbrooke 5570
CJSA-MA, Sainte-Agathe-des-Monts 5900
CJSO-MA, Sorel 5860
CJTR-MA, Trois-Rivières 5480
CJVL-MA, Sainte-Marie 5390
CKAC-MA, Montréal 5740
CKBH-MA, Baie-Comeau 6160
CKBM-MA, Montmagny 5400
CKBS-MA, Saint-Hyacinthe 5870
CKCH-MA, Hull 6000
CKCN-MA, Sept-Îles 6170
CKCV-MA, Québec 5320
CKFL-MA, Lac-Mégantic 5410
CKGM-MA, Montréal 5750
CKLD-MA, Thetford-Mines 5420
CKLM-MA, Duvernay-Laval 5760
CKLS-MA, La Sarre 6060
CKMA-MA, Mont Apica 5330
CKMG-MA, Maniwaki 6010
CKML-MA, Mont-Laurier 5910
CKO-MA, Pointe-Claire 5780
CKRB-MA, Saint-Georges 5430
CKRN-MA, Rouyn 6070
CKRS-MA, Jonquière 5240
CKSJ-MA, Saint-Jovite 5920
CKSM-MA, Shawinigan 5490
CKTL-MA, Plessisville 5520
CKTS-MA, Sherbrooke 5580
CKVD-MA, Val-d'Or 6080
CKVL-MA, Verdun 5800
CKVM-MA, Ville-Marie 6090
MacDonald
MacDonald journal 2970
Machinerie lourde 3000
Madame
Madame au foyer 2480
Mag
Courrier mag 1250
Courrier mag expansion 1260
Magazine
Magazine illustré, Le 220
Magazine de l'immobilier, le 3100
Montréal calandar magazine 3620
Sports club magazine 3310
Magog
Progrès de Magog, le 940
Maigrir
Maigrir et rester belle 2490
Maître
Maître électricien, le 3010
Maître imprimeur, le 2830
Malartic
Courrier de Malartic, le 1850
Manicouagan
Plein jour sur la Manicouagan 1960
Maniwaki
Gazette de Maniwaki, la 1770
Marche et manoeuvres 3430
Marketing
Marketing voyages 3240
Marmite
Barrique et marmite 2720
Mart, le 3020
Matériaux
Quincaillerie matériaux 2880
Matin
Dimanche-matin 150
Mauricie
Dynamique de la Mauricie, le 770
Image de la Mauricie 2610
Mc Gown
Jean Mc Gown et Associés 6800
Médecin
Médecin du Québec, le 3540
Média
Beauce média 640
Médiarep Inc. 6920

Médical(e)
Actualité médicale, l' 3490
Courrier médical, le 3510
Union médicale du Canada, l' 3580
Vie médicale au Canada-français, la 3590
Mercredi soir, le 610
Messager
Messager de Lachine 1080
Messager de Lasalle, le/
Messenger, the 1090
Messager de Verdun, le/the 1100
Messager régional, le 1620
Messenger
Messager de Lasalle, le/
Messenger, the 1090
Métropolitain(e,s)
Courrier métropolitain, le (Ahuntsic) 2050
Hebdos métropolitains, les 6770
Voix métropolitaine, la 1540
MF
CBF-MF, Montréal 5600
CBJ-MF, Chicoutimi 5150
CBM-MF, Montréal 5620
CBOF-MF, Ottawa 5940
CBV-MF, Sainte-Foy 5260
CBVE-MF, Québec 5270
CFCQ-MF, Trois-Rivières 5440
CFGL-MF, Laval 5640
CFJO-MF, Gagnon 6100
CFMF-MF, Fermont 6110
CFQR-MF, Montréal 5660
CFCF-MA et CFQR-MF 6660
CHAI-MF, Châteauguay 5840
CHEF-MF, Granby 5850
CHGA-MF, Maniwaki 5950
CHGB-MF, La Pocatière 5050
CHLT-MA et CITÉ-MF-1 6680
CHIP-MF, Fort-Coulonge 5960
CHMO-MF, Kuujjuaq 6130
CHOC-MF, Jonquière 5180
CHOI-MF, Sainte-Foy 5280
CHOM-MF, Montréal 5670
CIBL-MF, Montréal 5680
CIBO-MF, Senneterre 6040
CIEL-MF, Longueuil 5820
CIGB-MF, Trois-Rivières 5470
CIGB-MF et CJTR-MA 6690
CIME-MF, Sainte-Adèle 5880
CIMF-MF, Hull 5970
CIMF-MF et CKCH-MA 6720
CIMH-MF, Sept-Îles 6140
CIMO-MF, Magog 5540
CINQ-MF, Montréal 5690
CIRC-MF, Rouyn 6050
CITE-MF, Montréal 5700
CITE-MF-1, Sherbrooke 5550
CJAB-MF, Chicoutimi 5210
CJBR-MF, Rimouski 5080
CJFM-MF, Montréal 5720
CJMF-MF, Québec 5300
CJMS-MA et CKMF-MF 6710
CJRG-MF, Gaspé 5130
CKLE-MF, Rimouski 5100
CKMF-MF, Montréal 5770
CKOI-MF, Verdun 5790
CKPV-MF, Povungnituk 6180
CKRL-MF, Sainte-Foy 5340
Impact FM 6580
Milieu
Reflet de mon milieu, le 2100
Mille-Îles
Voix des Mille-Îles, la 1700
Mining
Canadian mining journal 3070
Mirabel
Mirabel, le 1630
Mirabel de Saint-Eustache, le 1640
MMB
Agence MMB Ltée 6870
Mois
Montréal ce mois-ci 3630
Monde
Revue du monde arabe au
Canada, la 2320
Monitor, the 1110
Montréal
Commerce-Montréal 3090
Église de Montréal 3460
Journal de Montréal, le 40
Montréal calendar magazine 3620
Montréal ce mois-ci 3630
Montréal scop 3640
Settimanale di Montréal, il 2340
Virus Montréal 3660
Montréal-Nord
Guide de Montréal-Nord 1040
Mont-Royal
Guide Mont-Royal, le 1050
Moteur
Revue moteur 3040
Moto
Moto journal 3250
Mousqueton, le 3260
Mulvihill
Paul Mulvihill Radio Ltd 6950
Municipale
Revue municipale, la 2630
Mutuelles
Communications mutuelles Ltée 6900

N

National(e)
Action nationale, l' 3320
CBC national selective TV sales 6880
Information nationale, l' 3390
Vente nationale sélectionnée
de Radio-Canada 7010
Nepriklausoma lietuva 2300
Network
CKO all news radio network 6200
CTV canadian television network 6540
News
CKO all news radio network 6200
Low down to Hull and back
news, the 1780
News and chronicle 1120
Nouvelles, les/News, the 1150
Niem Tin 2310
Nord
Écho du nord, l' 1570
Guide du nord 1060
Progrès du nord, le 1180
Réseau Radio-Nord 6650
Nord-Est, le 1950
Nordic
Nordic, le (Baie-Comeau) 1930
Nordic, le (Sept-Îles) 1940
Nordiques
Télémédia (réseau radiophonique
des Nordiques) 6280
Normédia Ltée 6840
Nos livres 3180
Nostra 2810
Nous 2500
Nouveau
Nouveau clairon, le 1490
Nouveau journal Saint-Michel 1130
Nouveau samedi 230
Nouveau Rosemont
Progrès Saint-Léonard et du
nouveau Rosemont 1160
Nouvel (le,les)
Âge d'Or/Vie nouvelle 3330
Beauce nouvelle 650
Cités nouvelles 990
Nouvel-est, le 360
Nouvelle de Victoriaville et
des Bois-Francs, la 860
Nouvelle du haut Saint-François, la 920
Nouvelle revue, la 1500
Nouvelles, les/News, the 1150
Nouvelles de l'Est, les 1140
Nouvelles illustrées 240
Radiomutuel (nouvelles) 6240
Télémédia (nouvelles) 6270
Nouvelliste, le 60

O

OACI bulletin 3710
OEIL
Coup d'oeil 1300
Oeil régional, l' 1510
One
Group one radio Ltd 6910
Opérations forestières
Opérations forestières et de scierie 3110
Opex
Opex communications Ltée 6930
Or
Âge d'or/Vie nouvelle 3330
Gerbe d'or 3380
Outaouais
Régional de l'Outaouais, le 1810
Outaouais Saint-Laurent
Étoile de l'Outaouais Saint-Laurent, l' 1330

P

Paper
Pulp and paper Canada 3120
Papineau
Revue de Papineau, la 1830
Parapet, le/the 2090
Parlure 2760
Parole, la 870
Pastorale
Pastorale Québec 3480
Paul
Paul L'Anglais Inc 6940
Paul Mulvihill radio Ltd 6950
Pays
Journal des pays d'en haut 1600
Pêche
Québec chasse et pêche 3290
Perspectives 250
Petite nation, la 1790
Peuple
Peuple-courrier, le 690
Peuple de la Chaudière 700
Peuple-hebdo de Lotbinière, le 710
Peuple-tribune 720
Pharillon-voyageur, le 470
Pharmacie
Québec pharmacie 3570
Pharmacien, le 3550
Philatélie
Philatélie au Québec, la 3270
Photo
Photo-police 260
Photo-vedettes 270
Photomag 3280
Placoteux, le 370
Plan 3030
Plein jour
Plein jour sur Charlevoix 620
Plein jour sur la Manicouagan 1960
Plein jour sur le Saguenay 1970
Plein vol 3400

Plomberie
Plomberie, chauffage et climatisation 2870
Point
Point, le 510
Point de vue, le 2620
Police
Allo-police 130
Photo-police 260
Polyscope, le 2980
Pont, le 820
Pop rock 1980
Populaire
Voix populaire, la 1220
Portage, le 380
Portneuf
Courrier de Portneuf, le 590
Hebdo de Portneuf, l' 600
Portugal
Voz de Portugal, a 2360
Post, the 1800
Press
Rouyn-Noranda press, the 1890
Presse
Groupe de presse Bellavance, le 6750
Presse, la 70
Prévention 3560
Probec
Probec 5 Ltée 6850
Producteur
Producteur agricole, le 2680
Producteur de lait québécois, le 2690
Progrès
Éclaireur-progrès, l' 670
Progrès-caroussel de Thetford 730
Progrès de Coaticook, le 930
Progrès de Magog 940
Progrès de Saint-Léonard et nouveau Rosemont 1160
Progrès de Villeray, le 1170
Progrès-dimanche 520
Progrès du Nord, le 1180
Progrès-écho 390
P.S. post scriptum 2510
Publicitaire, le 2840
Publicité
Publicité Sélect Inc. 6960
Société de publicité radio-télévision SBS Ltée 6990
Pulp
Pulp and paper Canada 3120

Q

Québec
Alimentation au Québec, l' 2710
Aviation-Québec 3680
Info-Québec 3150
Informatique-Québec 3160
Journal de Québec, le 50
Journal dentaire du Québec 3530
Journaux Sélect du Québec, les 6830
Lapin du Québec, le 2670
Médecin du Québec, le 3540
Pastorale Québec 3480
Philatélie au Québec, la 3270
Québec chasse et pêche 3290
Québec chronicle telegraph 630
Québec construction 280
Québec industriel, le 3130
Québec pharmacie 3570
Québec science 2520
Québec soccer 3300
Radio Est Québec 6590
Radio-Québec 6560
Radio unie Québec 6630
Réseau Québec 6640
Transport routier du Québec 3740
Québecair
Auberge via Québecair 2380
Québécois(es)
Producteur de lait québécois, le 2690
Vedettes québécoises, les 2000
Quincaillerie
Quincaillerie matériaux 2880
Quotidien
Horoscope quotidien 2800
Quotidien du Saguenay, le 80

R

Radar, le 480
Radio
CBC (réseau anglais de radio) 6190
CKO all news radio network 6200
Group one radio Ltd 6950
Radio-Canada (réseau français de radio) 6210
Radio-Canada (réseau français de télévision) 6550
Radio des Appalaches 6220
Radio Est Québec 6590
Radio Inter-Cité 6600
Radio-Québec 6560
Radio réseau Laurentides 6610
Radio Sherbrooke 6620
Radio unie 6980
Radio unie Québec 6630
Réseau Radio-Nord 6650
Société de publicité radio-télévision SBS Ltée 6990
Vente nationale sélectionnée de radio 7010
Vente réseau télévision de Radio-Canada 7020
Radiomutuel
Radiomutuel 6230
Radiomutuel (nouvelles) 6240
Radiophonique
Télémédia (réseau radiophonique des Nordiques) 6280
Reader's digest
Sélection du reader's digest 2550
Record, the 90
Reflet
Reflet, le 1270
Reflet de mon milieu, le 2100
Reflet d'ici, le 1880
Régional(e)
Information régionale, l' 1350
Messager régional, le 1620
Oeil régional, l' 1510
Régional, le (Bromont) 1520
Régional, le (Saint-Jean) 2110
Régional de l'Outaouais, le 1810
Relations 2530
Rénovation
Rénovation bricolage 2540
Reportage
Greek canadian reportage 2230
Réseau
CBC (réseau anglais de radio) 6190
CBC (réseau anglais de télévision) 6530
Radio-Canada (réseau français de radio) 6210
Radio-Canada (réseau français de télévision) 6550
Radio réseau Laurentides 6610
Réseau Québec 6640
Réseau Radio-Nord 6650
Télémédia (réseau radiophonique des Nordiques) 6280
Vente réseau télévision de Radio-Canada 7020
Restauration
Hôtellerie restauration 2750
Rester belle
Maigrir et rester belle 2490
Retailer
Distributeur et détaillant canadien/Canadian distributor and retailer 2730
Réveil
Réveil, le (Saint-Raymond) 631
Réveil à Chicoutimi, le 530
Réveil à Jonquière, le 540
Réveil à La Baie, le 550
Revue
Nouvelle revue, la 1500
Revue, la 1650
Revue commerce 3140
Revue de Gatineau, la 1820
Revue de Papineau, la 1830
Revue du monde arabe au Canada, la 2320
Revue moteur 3040
Revue municipale, la 2630
Richelieu
Richelieu agricole, le 1380
Rimouskois, le 400
Rincontro, il 2330
Rive-Nord
Confident de la Rive-Nord, le
Rive-Sud
Hebdos Rive-Sud, les 6780
Rive sud-express
Riviéra
Courrier riviéra, le 1420
Rivières
Journal des rivières 1480
Rivière d'en haut, la 1660
Rosemont
Hebdo journal de Rosemont 1070
Progrès de Saint-Léonard et nouveau Rosemont 1160
Rouge
Hebdo de la Rouge, l' 1580
Routier
Trafic routier 3730
Transport routier du Québec 3740
Rouyn-Noranda
Rouyn-Noranda press, the 1890

S

Saguenay
Plein jour sur le Saguenay 1970
Quotidien du Saguenay, le 80
Saint-Bruno
Journal de Saint-Bruno, le 1470
Saint-Eustache
Mirabel de Saint-Eustache, le 1640
Saint-François
Journal le Saint-François 1360
Saint-Laurent
Saint-Laurent écho 410
Soleil du Saint-Laurent, le 1390
Saint-Léonard
Progrès de Saint-Léonard et nouveau Rosemont 1160
Saint-Maurice
Hebdo du Saint-Maurice, l' 810
Saint-Michel
Nouveau journal Saint-Michel 1130
Saisons
4 saisons, les 3410
Sales
CBC national selective TV sales 6880
Samedi
Nouveau samedi, le 230
Voix du samedi, la 1530
SBS
Société de publicité radio-télévision SBS Ltée 6990

Science
Québec science 2520
Scierie
Opérations forestières et de scierie 3110
Scop
Montréal scop 3640
Seaports
Seaports and the shipping world 3720
Séguin
Jean Séguin et Associés Inc. 6810
Seigneurie, la 1280
Sélect
Journaux Sélect du Québec, les 6830
Publicité Sélect Inc. 6960
Sélection
Sélection du reader's digest 2550
Sélectionnée
Vente nationale sélectionnée de Radio-Canada 7010
Selective
CBC national selective TV sales 6880
Semaine
Semaine, la 1190
Semaine commerciale, la 290
Sentinel 2990
Sentinelle
Sentinelle de Chibougamau-Chapais, la 560
Sept-îlien
Élan sept-îlien, l' 1920
Settimanale
Settimanale di Montréal, il 2340
Sherbrooke
Radio Sherbrooke 6620
Shipping World
Seaports and the shipping world 3720
Soccer
Québec soccer 3300
Société
Société de publicité radio-télévision SBS Ltée 6990
Soleil
Soleil, le 100
Soleil du Saint-Laurent, le 1390
Sommet-écho
Sommet-écho des Laurentides, le 1670
South Shore
Courrier du sud, le/South Shore courier, the 1240
Spec 2130
Spirale 3190
Sports Club
Loisirs et sports 3230
Sports club magazine 3310
Stanstead
Stanstead journal, the 950
Star
Val d'Or star, the 1910
Suburban, the 1200
Sud
Courrier du sud, le/South shore courier, the 1240
Courrier-sud 830
Voix du sud, la 760
Sun
Townships sun, the 2150
Sunday
Sunday express 300

T

Télécapitale
Télécapitale Unicom Ltée 7000
Telegraph
Québec chronicle telegraph 630
Télémédia
Télémédia 6250
Télémédia (baseball) 6260
Télémédia (nouvelles) 6270
Télémédia (réseau radiophonique des Nordiques) 6280
Téléradiomonde 310
Télévision
CBC (réseau anglais de télévision) 6190
CTV Canadian Television Network 6540
Radio-Canada (réseau français de télévision) 6550
Société de publicité radio-télévision SBS Ltée 6990
Vente réseau télévision de Radio-Canada 7020
Témiscamien, le 1900
Temple, le 3650
Temps
Temps de vivre, le 2560
Terre
Terre de chez nous, la 2700
Textile
Canadian textile journal 3080
Thetford-Mines
Progrès-caroussel de Thetford 730
Touladi, le 420
Tout Vanier, le 2140
Town of Mount Royal
Town of Mount Royal weekly post 1210
Townships
Townships sun, the 2150
Trafic
Trafic routier 3730
Trait d'union, le 1680
Transport
Écho du transport, l' 3700
Transport routier du Québec 3740
Tribune
Greek canadian tribune 2240
Peuple-tribune 720
Tribune, la 110
Troisième âge, le 3420
Trois-Pistoles
Courrier de Trois-Pistoles, le 330
TV
CBC national selective TV Sales 6880
CBFT-TV, Montréal 6440
CBGAT-TV, Matane 6290
CBMT-TV, Montréal 6450
CBOFT-TV, Ottawa 6490
CBVT-TV, Sainte-Foy 6370
CFCF-TV, Montréal 6460
CFCM-TV, Sainte-Foy 6380
CFEM-TV, Noranda 6510
CFEM-TV et CKRN-TV 6730
CFER-TV, Rimouski 6300
CFTM-TV, Montréal 6470
CHAU-TV, Carleton-sur-Mer 6310
CHEM-TV, Trois-Rivières 6400
CHLT-TV, Sherbrooke 6420
CHOT-TV, Hull 6500
CIMT-TV, Rivière-du-Loup 6320
CIVM-TV, Montréal 6480
CJBR-TV, Rimouski 6330
CJPM-TV, Chicoutimi 6350
CKMI-TV, Sainte-Foy 6390
CKRN-TV, Noranda 6520
CKRS-TV, Jonquière 6360
CKRT-TV, Rivière-du-Loup 6340
CKSH-TV, Sherbrooke 6430
CKTM-TV, Trois-Rivières 6410
CKTM-TV et CKSH-TV 6740
TVA 6570
TV hebdo 2570
TV plus 2580
Two Mountains
Lake of Two Mountains gazette 1370

U

Unicom
Télécapitale Unicom Ltée 7000
Unie
Radio Unie 6980
Radio Unie Québec 6630
Union
Union, l' 880
Union médicale du Canada, l' 3580

V

Val-d'Or
Val-d'Or star, the 1910
Vallée
Vallée de la Chaudière, la 750
Vaudreuil-Soulanges
Courrier-express de Vaudreuil-Soulanges 1310
Vedettes
Échos-vedettes 160
Photo-vedettes 270
Vedettes internationales, les 1990
Vedettes québécoises, les 2000
Vente
Vente nationale sélectionnée de Radio-Canada 7010
Vente réseau télévision de Radio-Canada 7020
Verdun
Messager de Verdun, le/the 1100
Verts
Feux verts 3370
Victoriaville
Nouvelle de Victoriaville et des Bois-Francs, la 860
Victory, the 1690
Vie
Âge d'or/Vie nouvelle 3330
Vie berthelaise, la 2640
Vie médicale au Canada-français, la 3590
Villeray
Progrès de Villeray, le 1170
Virus
Virus Montréal 3660
Vivre
Temps de vivre, le 2560
Vivre 2590
Voce
Voce d'Italia, la 2350
Voix
Voix de l'ancai, la 3750
Voix de l'Est, la 120
Voix des Mille-Îles, la 1700
Voix du samedi, la 1530
Voix du Sud, la 760
Voix gaspésienne, la 430
Voix métropolitaine, la 1540
Voix populaire, la 1220
Votre horoscope 2820
Voyages
Bulletin-voyages 3210
Journal des voyages 3220
Marketing voyages 3240
Voz
Voz de Portugal, a 2360
Vue
Point de vue, le 2620

W

Watchman, the 1710
Weekly Post
Town of Mount Royal weekly post 1210

Westmount
Westmount examiner, the 1230
Workshop
Canadian workshop 2390
4
4 saisons, les 3410
5
Probec 5 Ltée 3850

Index des municipalités

Alma
CFGT-MA, Alma 5160
Lac Saint-Jean, le 500
Amos
CHAD-MA, Amos 6020
Reflet d'ici, le 1880
Amqui
Avant-poste gaspésien, l' 320
CFVM-MA, Amqui 5030
Athabaska
Union, l' 880
Asbestos
Citoyen, le 890
CJAN-MA, Asbestos 5560

Baie-Comeau
CKBH-MA, Baie-Comeau 6160
Nordic, le 1930
Plein jour sur la Manicouagan 1960
Beauport
Reflet de mon milieu, le 2100
Bedford
Journal des rivières, le 1480
Producteur agricole, le 2680
Beloeil
Oeil régional, l' 1510
Berthierville
Vie berthelaise, la 2640
Boucherville
Journal constructo 200
Seigneurie, la 1280
Bromont
Régional, le 1520
Buckingham
Bulletin de la Lièvre, le 1720
Post, the 1800

Cabano
Touladi, le 420
Campbellton (Nouveau-Brunswick)
Aviron, l' 440
Candiac
Reflet, le 1270
Cap-aux-Meules
Radar, le 480
Cap-de-la-Madeleine
Hebdo, l' 800
Image de la Mauricie 2610
Carleton-sur-Mer
CHAU-TV, Carleton-sur-Mer 6310
Chambly
Journal de Chambly, le 1460
Chandler
Havre, le 450
Charlesbourg
CBC coiffure beauté charme 3600
Châteauguay
CHAI-MF, Châteauguay 5840
Information régionale, l' 1350

Chibougamau
CHIB-MA, Chibougamau 5170
CJMD-MA, Chibougamau 5220
Sentinelle de Chibougamau-Chapais, la 560
Chicoutimi
CBJ-MA, Chicoutimi 5140
CBJ-MF, Chicoutimi 5150
CJAB-MF, Chicoutimi 5210
CJMT-MA, Chicoutimi 5230
CJPM-TV, Chicoutimi 6350
Progrès-dimanche 520
Quotidien du Saguenay, le 80
Réveil à Chicoutimi, le 530
Coaticook
Progrès de Coaticook, le 930
Cowansville
Guide, le/the 1440
Dégelis
CFVD-MA, Dégelis 5020
Dolbeau
CHVD-MA, Dolbeau 5200
Point, le 510
Dollard-des-Ormeaux
Sentinel 2990
Donnacona
Courrier de Portneuf, le 590
Dorion
Courrier-express de Vaudreuil-Soulanges 1310
Écho, l' 1320
Étoile de l'Outaouais Saint-Laurent, l' 1330
Drummondville
CHRD-MA, Drummondville 5510
Express, l' 840
Machinerie lourde 3000
Parole, la 870
Voix de l'ancai, la 3750
Duvernay-Laval
CKLM-MA, Duvernay-Laval 5760

East Angus
Nouvelle du haut Saint-François, la 920
Évain
Ensemble pour bâtir 3470

Farnham
Avenir de Brome-Missisquoi, l' 1400
Fermont
CFMF-MF, Fermont 6110
Forestville
Plein jour sur Charlevoix 620
Plein jour sur le Saguenay 1970
Fort-Coulonge
CHIP-MF, Fort-Coulonge 5960

Gagnon
CFJO-MF, Gagnon 6100
Gaspé
CJRG-MF, Gaspé 5130
Pharillon-voyageur, le 470
Gatineau
Revue de Gatineau, la 1820
Revue de Papineau, la 1830
Granby
CHEF-MF, Granby 5850
Nouvelle revue, la 1500
Voix de l'Est, la 120
Grand'Mère
Pont, le 820

Hauterive
CHLC-MA, Hauterive 6120
Hawkesbury (Ontario)
Carillon, le 1730
Hudson
Lake of Two Mountains gazette 1370

Hull
CHOT-TV, Hull 6500
CIMF-MF, Hull 5970
CIMF-MF et CKCH-MA 6720
CKCH-MA, Hull 6000
Low down to Hull and back news, the 1780
Régional de l'Outaouais, le 1810
Huntingdon
Gleaner, the 1340

Joliette
CJLM-MA, Joliette 5890
Joliette journal 1590
Journal l'action 1610
Radio Inter-Cité 6600
Jonquière
CHOC-MF, Jonquière 5180
CKRS-MA, Jonquière 5240
CKRS-TV, Jonquière 6360
Publicité Sélect Inc. 6960
Réveil à Jonquière, le 540
Kuujjuaq
Atuaqnik 2030
CHMO-MF, Kuujjuaq 6130

La Baie
Réveil à La Baie, le 550
Lac Etchemin
Voix du sud, la 760
Lachine
Messager de Lachine, le 1080
Lachute
Argenteuil, l' 1550
CJLA-MA, Lachute 5980
Rivière d'en haut, la 1660
Watchman, the 1710
Lac-Mégantic
CKFL-MA, Lac-Mégantic 5410
Écho de Frontenac, l' 900
La Malbaie
Confident de la Rive-Nord, le 2040
L'Annonciation
Hebdo de la Rouge, l' 1580
La Pocatière
CHGB-MA, La Pocatière 5040
CHGB-MF, La Pocatière 5050
Kamouraska, le 350
Lasalle
Messager de Lasalle, le/Messenger, the 1090
Nepriklausoma lietuva 2300
La Sarre
CKLS-MA, La Sarre 6060
L'Assomption
Ciao 2170
La Tuque
CFLM-MA, La Tuque 5450
Écho de La Tuque, l' 780
Laval
CFGL-MF, Laval 5640
CKLM-MA, Duvernay-Laval 5760
Contact 1000
Contact Laval 1010
Courrier Laval 1020
Maigrir et rester belle 2490
Médiarep Inc. 6920
Votre horoscope 2820
Lennoxville
Townships sun, the 2150
Léry
Soleil du Saint-Laurent, le 1390
Lévis
CFLS-MA, Lévis 5350
Peuple-tribune 720
Longueuil
CHRS-MA, Longueuil 5810

CIEL-MF, Longueuil 5820
Courrier du Sud, le/South Shore courier, the 1240
Courrier mag 1250
Hebdos Rive-Sud, les 6780

Lorretteville
Élan, l' 2080

Louiseville
Écho de Louiseville/Berthier, l' 790

Magog
CIMO-MF, Magog 5540
Progrès de Magog, le 940

Malartic
Courrier de Malartic, le 1850

Maniwaki
CHGA-MF, Maniwaki 5950
CKMG-MA, Maniwaki 6010
Gatineau, la 1760
Gazette de Maniwaki, la 1770

Mascouche
Trait d'union, le 1680

Matane
CBGA-MA, Matane 5000
CBGAT-TV, Matane 6290
CHRM-MA, Matane 5060
Voix gaspésienne, la 430

Mont Apica
CKMA-MA, Mont Apica 5330

Mont-Joli
Information, l' 340

Mont-Laurier
CKML-MA, Mont-Laurier 5910
Écho de la Lièvre, l' 1740
Radio réseau Laurentides 6610

Montmagny
CKBM-MA, Montmagny 5400
Peuple-courrier, le 690

Montréal
Abaka 2160
Action Canada France 2770
Action nationale, l' 3320
Actualité, l' 2370
Actualité médicale, l' 3490
Âge d'Or/Vie nouvelle 3330
Agence MMB Ltée 6870
Agora 3200
Alimentation au Québec, l' 2710
Allo-police 130
Automobile, l' 3670
Avec lui 3440
Aviation-Québec 3680
Barreau 81 2890
Barrique et marmite 2720
Bâtiment 2850
Berdache, le 3340
Bijou 3060
Bonjour 3610
Bulletin des agriculteurs, le 2650
Bulletin-voyages 3210
Caducée, le 2900
Canadian forwarder 3690
Canadian textile journal 3080
CBC national selective TV sales 6880
CBC (réseau anglais de radio) 6190
CBC (réseau anglais de télévision) 6530
CBF-MA, Montréal 5590
CBF-MF, Montréal 5600
CBFT-TV, Montréal 6440
CBM-MA, Montréal 5610
CBM-MF, Montréal 5620
CBMT-TV, Montréal 6450
Centre-ville, le 980
CFCF-MF, Montréal 5630
CFCF-MA et CFQR-MF 6660
CFCF-TV, Montréal 6460
CFQR-MF, Montréal 5660
CFTM-TV, Montréal 6470
Châtelaine 2400
CHOM-MF, Montréal 5670
CIBL-MF, Montréal 5680
CINQ-MF, Montréal 5690
CITÉ-MF, Montréal 5700
CIVM-TV, Montréal 6480
CJAD-MA, Montréal 5710
CJFM-MF, Montréal 5720
CJMS-MA, Montréal 5730
CJMS-MA et CKMF-MF 6710
CKAC-MA, Montréal 5740
CKGM-MA, Montréal 5750
CKMF-MF, Montréal 5770
Cittadino canadese, il 2180
Combat 3350
Commerce-Montréal 3090
Communications A.C. Ltée 6890
Communications mutuelles Ltée 6900
Coopérateur agricole, le 2660
Corriere italiano 2190
Courrier français, le 2200
Courrier médical, le 3510
Courrier métropolitain, le (Ahuntsic) 2050
Croc 2420
Décormag 2440
Devoir, le 10
Dialogo 2210
Dimanche dernière-heure 140
Dimanche-matin 150
Drassis 2220
Écho du transport, l' 3700
Echos-vedettes 160
Église de Montréal, l' 3460
Épicier, l' 2740
Femmes d'ici 3360
Feux verts 3370
Filles d'aujourd'hui 2460
Finance 170
Flambeau de l'Est 1030
Gazette, the 30
Génie-construction 2860
Grand journal illustré, le 180
Greek canadian reportage 2230
Greek canadian tribune 2240
Guide du nord 1060
Guide Mont-Royal, le 1050
Habitabec 190
Hebdo journal de Rosemont 1070
Hebdos A-1 Inc., les 6760
Hebdos métropolitains, les 6770
Horizon 2250
Horoscope quotidien 2800
Hôtellerie restauration 2750
Info-81 2790
Information 2950
Information nationale, l' 3390
Informatique et bureautique 3170
Insieme 2260
J-Henri Champagne et Associés 6820
Jewish eagle, the 2270
Jornal do emigrante 2280
Journal de Montréal, le 40
Journal des voyages 3220
Journaux Sélect du Québec, les 6830
Liban au Canada 2290
Link, the 2960
Loisirs et sports 3230
Lundi, le 2470
Madame au foyer 2480
Magazine illustré, le 220
Magazine de l'immobilier 3100
Maître électricien, le 3010
Maître imprimeur, le 2830
Marche et manoeuvres 3430
Marketing-voyages 3240
Mart, le 3020
Médecin du Québec, le 3540
Monitor, the 1110
Montréal calendar magazine 3620
Montréal ce mois-ci 3630
Montréal scop 3640
Moto journal 3250
Mousqueton, le 3260
Niem Tin 2310
Nos livres 3180
Nous 2500
Nouveau journal Saint-Michel 1130
Nouveau samedi, le 230
Nouvelles, les / News, the 1150
Nouvelles de l'Est, les 1140
Nouvelles illustrées, les 240
OACI bulletin 3710
Opex communications Ltée 6930
Paul L'Anglais Inc. 6940
Paul Mulvihill radio Ltd 6950
Perspectives 250
Pharmacien, le 3550
Philatélie au Québec, la 3270
Photo-police 260
Photo-vedettes 270
Plan 3030
Polyscope 2980
Pop rock 1980
Presse, la 70
Prévention 3560
Probec 5 Ltée 6850
Producteur de lait québecois, le 2690
Progrès de Saint-Léonard et nouveau Rosemont 1160
Progrès de Villeray, le 1170
Progrès du nord, le 1180
P.S. post-scriptum 2510
Publicitaire, le 2840
Québec chasse et pêche 3290
Québec industriel, le 3130
Québec pharmacie 3570
Québec soccer 3300
Quincaillerie matériaux 2880
Radio-Canada (réseau français de radio) 6210
Radio-Canada (réseau français de télévision) 6550
Radio-Cité 6970
Radiomutuel 6230
Radiomutuel (nouvelles) 6240
Radio-Québec 6560
Radio Unie 6980
Radio Unie Québec 6630
Relations 2530
Revue commerce 3140
Revue du monde arabe au Canada, la 2320
Revue moteur 3040
Revue municipale, la 2630
Rincontro, il 2330
Seaports and the shipping world 3720
Sélection du reader's digest 2550
Société de publicité radio-télévision SBS Ltée 6990
Spirale 3190
Sports club magazine 3310
Suburban, the 1200
Sunday express 300
Télé-capitale Unicom Ltée 7000
Télémédia 6250
Télémédia (baseball) 6260
Télémédia (nouvelles) 6270
Téléradiomonde 310
Temple, le 3650
Temps de vivre, le 2560
Terre de chez nous, la 2700
Trafic routier 3730
Transport routier du Québec 3740

Troisième âge, le 3420
TVA 6570
TV hebdo 2570
TV plus 2580
Union médicale du Canada, l' 3580
Vedettes internationales, les 1990
Vedettes québécoises, les 2000
Vente nationale sélectionnée de Radio-Canada 7010
Vente réseau télévision de Radio-Canada 7020
Vie médicale au Canada-français, la 3590
Virus Montréal 3660
Vivre 2590
Voce d'Italia, la 2350
Voix populaire, la 1220
Voz de Portugal, a 2360
Westmount examiner, the 1230

Montréal-Nord
Guide de Montréal-Nord 1040

Naplerville
Coup d'oeil 1300

Neuville
Hebdo de Portneuf, l' 600

New-Carlisle
CHNC-MA, New-Carlisle 5110
Spec 2130

New Richmond
Journal chaleur, le 460

Nicolet
Courrier-sud 830

Noranda
CFEM-TV, Noranda 6510
CFEM-TV et CKRN-TV 6730
CKRN-TV, Noranda 6520
Réseau Radio Nord 6650

Ottawa (Ontario)
CBOF-MA, Ottawa 5930
CBOF-MF, Ottawa 5940
CBOFT-TV, Ottawa 6490
CJRC-MA, Ottawa 5990
Droit, le 20
Infirmière canadienne, l' 3520

Otterburn Park
Nostra 2810

Outremont
Informatique Québec 3160

Plessisville
CKTL-MA, Plessisville 5520
Feuille d'érable, la 850

Pointe-aux-Trembles
Avenir de l'Est, l' 970

Pointe-Claire
CKO-MA, Pointe-Claire 5780
News and chronicle 1120

Port-Cartier
CIPC-MA, Port-Cartier 6150

Povungnituk
CKPV-MF, Povungnituk 6180

Québec
Appel, l' 580
Au fil du bois 3050
CBVE-MF, Québec 5270
CJMF-MF, Québec 5300
CKCV-MA, Québec 5320
Église canadienne, l' 3450
Ensemble 2780
Parlure 2760
Pastorale Québec 3480
Québec chronicle telegraph 630
Semaine Commerciale, la 290
Soleil, le 100
Télémédia (réseau radiophonique des Nordiques) 6280
4 saisons, les 3410

Repentigny
Artisan, l' 960
Semaine, la 1190

Rimouski
CFER-TV, Rimouski 6300
CFLP-MA, Rimouski 5010
CJBR-MA, Rimouski 5070
CJBR-MF, Rimouski 5080
CJBR-TV, Rimouski 6330
CKLE-MF, Rimouski 5100
Émissaire, l' 2920
Groupe de presse Bellavance, le 6750
Nouvel-est, le 360
Progrès-écho 390
Rimouskois, le 400

Rivière-du-Loup
CIMT-TV, Rivière-du-Loup 6320
CJFP-MA, Rivière-du-Loup 5040
CKRT-TV, Rivière-du-Loup 6340
Portage, le 380
Saint-Laurent-écho 410

Roberval
CHRL-MA, Roberval 5190
Étoile du lac, l' 490

Rock Island
Stanstead journal, the 950

Rouyn
CIRC-MF, Rouyn 6050
CHLM-MA, Rouyn-Noranda 6030
CKRN-MA, Rouyn 6070
Frontière, la 1870
Rouyn-Noranda press, the 1890

Sainte-Adèle
CIMF-MF, Sainte-Adèle 5880
Journal des pays d'en haut 1600

Saint-Agapit
Peuple-hebdo de Lotbinière, le 710

Sainte-Agathe-des-Monts
CJSA-MA, Sainte-Agathe-des-Monts 5900
Sommet-écho des Laurentides, le 1670

Saint-André-Avellin
Petite nation, la 1790

Sainte-Anne-de-Bellevue
MacDonald journal 2970

Sainte-Anne-des-Monts
CJMC-MA, Sainte-Anne-des-Monts 5120

Saint-Bruno-de-Montarville
Journal de Saint-Bruno, le 1470

Saint-Donat
Altitude 1350 2020

Saint-Étienne-de-Lauzon
Auberge via Québécair 2380

Saint-Eugène-de-Grantham
Lapin du Québec, le 2670

Saint-Eustache
Concorde, la 1560
Mirabel de Saint-Eustache, le 1640
Victory, the 1690

Sainte-Foy
CBV-MA, Sainte-Foy 5250
CBV-MF, Sainte-Foy 5260
CBVT-TV, Sainte-Foy 6370
CFCM-TV, Sainte-Foy 6380
CHOI-MF, Sainte-Foy 5280
CHRC-MA, Sainte-Foy 5290
CKMI-TV, Sainte-Foy 6390
CKRL-MF, Sainte-Foy 5340
Info-Québec 3150
Québec science 2520

Sainte-Geneviève
Cités nouvelles 990

Saint-Georges
CIRB-MA, Saint-Georges 5370
CIRB-MA et CKRB-MA 6700
CKRB-MA, Saint-Georges 5430
Éclaireur-progrès, l' 670

Saint-Georges-Est
Beauce nouvelle 650

Saint-Hubert
Parapet, le/the 2070

Saint-Hyacinthe
CKBS-MA, Saint-Hyacinthe 5870
Courrier de Saint-Hyacinthe, le 1410
Écho du Conseil, l' 2060
Nouveau clairon, le 1490

Saint-Jean-sur-Richelieu
Aladin, l' 2010
Canada-français, le 1290
Enseignants, les 2930
Gerbe d'or 3380
Régional, le 2110
Richelieu agricole, le 1380

Saint-Jérome
Écho du Nord, l' 1570
Mirabel, le 1630

Saint-Joseph-de-Beauce
Vallée de la Chaudière, la 750

Saint-Jovite
CKSJ-MA, Saint-Jovite 5920
Messager régional, le 1620

Sainte-Julie
Information, l' 1450

Saint-Lambert
Champlain bugle, the 2910

Saint-Léonard
Settimanale di Montréal, il 2340

Sainte-Marie
Beauce média 640
CJVL-MA, Sainte-Marie 5390
Guide, le 680

Saint-Nicolas
Peuple de la Chaudière 700
Rive sud-express 2120

Saint-Pamphile
CHAL-MA, Saint-Pamphile 5360

Saint-Pascal
Placoteux, le 370

Saint-Raymond
Réveil, le 631

Sainte-Thérèse
Voix des Mille-Îles, la 1700

Saint-Tite
Dynamique de la Mauricie, le 770

Senneterre
CIBO-MF, Senneterre 6040
Point de vue, le 2620

Sept-Îles
CIMH-MF, Sept-Îles 6140
CKCN-MA, Sept-Îles 6170
Élan sept-ilien, l' 1920
Nordic, le 1940
Nord-Est, le 1950

Shawinigan
CKSM-MA, Shawinigan 5490
Hebdo du Saint-Maurice, l' 810

Shawville
Equity, the 1750

Sherbrooke
CHLT-MA, Sherbrooke 5530
CHLT-MA & CITE-MF-1 6680
CHLT-TV, Sherbrooke 6420
CITE-MF-1, Sherbrooke 5550
CJRS-MA, Sherbrooke 5570
CKSH-TV, Sherbrooke 6430
CKTS-MA, Sherbrooke 5580
Estrie, l' 2600
Record, the 90
Tribune, la 110

Sillery
CJRP-MA, Sillery 5310

Sorel
CJSO-MA, Sorel 5860
Courrier riviéra, le 1420

Deux-rives, les 1430
Voix du samedi, la 1530
Voix métropolitaine, la 1540

Témiscaming
Contact 1840
Terrebonne
Revue, la 1650
Thetford-Mines
CJLP-MA, Thetford-Mines 5380
CKLD-MA, Thetford-Mines 5420
Courrier-Frontenac 660
Progrès-caroussel de Thetford 730
Radio des Appalaches 6220
Toronto
CKO (All news radio network) 6200
CTV (Canadian television network) 6540
Group one radio Ltd 6910
Trois-Pistoles
Courrier de Trois-Pistoles, le 330
Trois-Rivières
CFCQ-MF, Trois-Rivières 5440
CHEM-TV, Trois-Rivières 6400
CHLN-MA, Trois-Rivières 5460
CIGB-MF, Trois-Rivières 5470
CIGB-MF et CJTR-MA 6690
CJTR-MA, Trois-Rivières 5480
CKTM-TV, Trois-Rivières 6410
Nouvelliste, le 60
Plein vol 3400
Val-Bélair
Mercredi soir 610
Valcartier
Adsum 570
Val-d'Or
CKVD-MA, Val-d'Or 6080
Échos abitibiens, les 1860
Val-D'Or star, the 1910
Valleyfield
CFLV-MA, Valleyfield 5830
Impression 2940
Journal le Saint-François 1360
Verdun
CKOI-MF, Verdun 5790
CKVM-MA, Verdun 5800
Messager de Verdun, le/the 1100
Victoriaville
CFDA-MA, Victoriaville 5500
Nouvelle, la 860
Ville Lemoyne
Courrier mag expansion 1260
Photomag 3280
Ville-Marie
CKVM-MA, Ville-Marie 6090
Témiscamien, le 1900
Ville Mont-Royal
Canadian workshop 2390
Clin d'oeil 2410
Décoration chez-soi 2430
Jean Mc Gown et Associés 6800
Mormédia Ltée 6840
Rénovation bricolage 2540
Town of Mount-Royal weekly post 1210
Ville Saint-Laurent
Distributeur et détaillant canadien/Canadian Distributor and retailer 2730
Femme 2450
Jean Séguin et Associés Inc 6810
Journal dentaire du Québec 3530
Journal des affaires, le 210
Québec construction 280
Ville Vanier
Journal de Québec, le 50
Tout Vanier, le 2140
Waterloo
Éclair, l' 2070
Westmount
Canadian doctor 3500
Canadian mining journal 3070
CFMB-MA, Westmount 5650
Opérations forestières et de scierie 3110
Plomberie, chauffage et climatisation 2870
Pulp and paper Canada 3120
Windsor
Étincelle, l' 910

Liste par région

Bas-Saint-Laurent-Gaspésie
Avant-poste gaspésien, l' 320
Aviron, l' 440
CBGA-MA, Matane 5000
CBGAT-TV, Matane 6290
CFER-TV, Rimouski 6300
CFLP-MA, Rimouski 5010
CFVD-MA, Dégelis 5020
CFVM-MA, Amqui 5030
CHAU-TV, Carleton-sur-mer 6310
CHGB-MA, La Pocatière 5040
CHGB-MF, La Pocatière 5050
CHNC-MA, New-Carlisle 5110
CHRM-MA, Matane 5060
CIMT-TV, Rivière-du-Loup 6320
CJBR-MA, Rimouski 5070
CJBR-MF, Rimouski 5080
CJBR-TV, Rimouski 6330
CJFP-MA, Rivière-du-Loup 5040
CJMC-MA, Sainte-Anne-des-Monts 5120
CJRG-MF, Gaspé 5130
CKLE-MF, Rimouski 5100
CKRT-TV, Rivière-du-Loup 6340
Courrier de Trois-Pistoles, le 330
Émissaire, l' 2920
Groupe de presse Bellavance, le 6750
Havre, le 450
Information, l' 340
Journal chaleur, le 460
Kamouraska, le 350
Nouvel est, le 360
Pharillon-voyageur, le 470
Placoteux, le 370
Portage, le 380
Progrès-écho, le 390
Radar, le 480
Rimouskois, le 400
Saint-Laurent écho, le 410
Spec 2130
Touladi, le 420
Voix gaspésienne, la 430

Saguenay-Lac-Saint-Jean
CBJ-MA, Chicoutimi 5140
CBJ-MF, Chicoutimi 5150
CFGT-MA, Alma 5160
CHIB-MA, Chibougamau 5170
CHOC-MF, Jonquière 5180
CHRL-MA, Roberval 5190
CHVD-MA, Dolbeau 5200
CJAB-MF, Chicoutimi 5210
CJMD-MA, Chibougamau 5220
CJMT-MA, Chicoutimi 5230
CJPM-TV, Chicoutimi 6350
CKRS-MA, Jonquière 5240
CKRS-TV, Jonquière 6360
Étoile du lac, l' 490
Lac Saint-Jean, le 500
Point, le 510
Progrès-dimanche 520
Publicité Sélect Inc 6960
Quotidien du Saguenay, le 80
Réveil à Chicoutimi, le 530
Réveil à Jonquière, le 540
Réveil à La Baie, le 550
Sentinelle de Chibougamau-Chapais, la 560

Québec
Adsum 570
Appel,l' 580
Auberge via Québecair 2380
Au fil du bois 3050
Beauce-média 640
Beauce nouvelle 650
CBC coiffure beauté charme 360
CBV-MA, Sainte-Foy 5250
CBV-MF, Sainte-Foy 5260
CBVE-MF, Québec 5270
CBVT-TV, Sainte-Foy 6370
CFCM-TV, Sainte-Foy 6380
CFLS-MA, Lévis 5350
CHAL-MA, Saint-Pamphile 5360
CHOI-MF, Sainte-Foy 5280
CHRC-MA, Sainte-Foy 5290
CIRB-MA, Saint-Georges 5370
CIRB-MA et CKRB-MA 6700
CJLP-MA, Thetford-Mines 5380
CJMF-MF, Québec 5300
CJRP-MA, Sillery 5310
CJVL-MA, Sainte-Marie 5390
CKBM-MA, Montmagny 5400
CKCV-MA, Québec 5320
CKFL-MA, Lac-Mégantic 5410
CKLD-MA, Thetford-Mines 5420
CKMA-MA, Mont Apica 5330
CKMI-TV, Sainte-Foy 6390
CKRB-MA, Saint-Georges 5430
CKRL-MF, Sainte-Foy 5340
Confident de la Rive-Nord, le 2040
Courrier de Portneuf, le 590
Courrier-Frontenac 660
Éclaireur-progrès 670
Église canadienne, l' 3450
Élan, l' 2080
Ensemble 2780
Guide, le 680
Hebdo de Portneuf, l' 600
Info-Québec 3150
Journal de Québec, le 50
Mercredi soir, le 610
Parlure 2760
Pastorale Québec 3480
Peuple-courrier, le 690
Peuple de la Chaudière 700
Peuple-hebdo de Lotbinière, le 710
Peuple-tribune 720
Progrès-caroussel de Thetford 730
Québec chronicle-telegraph 630
Québec science 2520
Radio des Appalaches 6220
Reflet de mon milieu, le 2100
Réveil, le (Saint-Raymond) 631
Rive sud express 2120
Semaine commerciale, la 290
Soleil, le 100
Télémédia (réseau radiophonique des Nordiques) 6280
Tout Vanier, le 2140
Vallée de la Chaudière, la 750
Voix du sud, la 760
4 Saisons, les 3410

Trois-Rivières
CFCQ-MF, Trois-Rivières 5440
CFDA-MA, Victoriaville 5500
CFLM-MA, La Tuque 5450
CHEM-TV, Trois-Rivières 6400
CHLN-MA, Trois-Rivières 5460

CHRD-MA, Drummondville 5510
CIGB-MF, Trois-Rivières 5470
CIGB-MF et CJTR-MA 6690
CJTR-MA, Trois-Rivières 5480
CKSM-MA, Shawinigan 5490
CKTL-MA, Plessisville 5520
CKTM-TV, Trois-Rivières 6410
Courrier sud 830
Dynamique de la Mauricie, le 770
Écho de La Tuque 780
Écho de Louiseville/Berthier, l' 790
Express, l' 840
Feuille d'érable, la 850
Hebdo, l' 800
Hebdo du Saint-Maurice, l' 810
Image de la Mauricie 2610
Lapin du Québec, le 2670
Machinerie lourde 3000
Nouvelle de Victoriaville et des Bois-Francs, la 860
Nouvelliste, le 60
Parole, la 870
Plein vol 3400
Pont, le 820
Union, l' 880
Voix de l'ancai, la 3750

Cantons-de-l'Est

CHLT-MA, Sherbrooke 5530
CHLT-MA et CITE-MF-1 6680
CHLT-TV, Sherbrooke 6420
CIMO-MF, Magog 5440
CITE-MF-1, Sherbrooke 5550
Citoyen, le 890
CJAN-MA, Asbestos 5560
CJRS-MA, Sherbrooke 5570
CKSH-TV, Sherbrooke 6430
CKTS-MA, Sherbrooke 5580
Écho de Frontenac 900
Éclair, l' 2070
Estrie, l' 2600
Étincelle, l' 910
Nouvelle du haut Saint-François, la 920
Progrès de Coaticook, le 930
Progrès de Magog 940
Record, the 90
Stanstead journal, the 950
Townships sun, the 2150
Tribune, la 110

Montréal

Abaka 2160
Action Canada France 2770
Action nationale, l' 3320
Actualité, l' 2370
Actualité médicale, l' 3490
Âge d'or/Vie nouvelle 3330
Agence MMB Ltée 6870
Agora 3200
Aladin, l' 2010
Alimentation au Québec, l' 2710
Allo-police 130
Altitude 1350 2020
Argenteuil, l' 1550
Artisan, l' 960
Automobile, l' 3670
Avec lui 3440
Avenir de Brome-Missisquoi, l' 1400
Avenir de l'Est, l' 970
Aviation-Québec 3680
Barreau 81 2890
Barrique et marmite 2720
Bâtiment 2850
Berdache, le 3340
Bijou 3060
Bonjour 3610
Bulletin des agriculteurs, le 2650
Bulletin-voyages 3210
Caducée, le 2900
Canada-français, le 1290
Canadian doctor 3500
Canadian forwarder 3690
Canadian mining journal 3070
Canadian textile journal 3080
Canadian workshop 2390
CBC national selective TV sales 6880
CBC (réseau anglais de radio) 6190
CBC (réseau anglais de télévision) 6530
CBF-MA, Montréal 5590
CBF-MF, Montréal 5600
CBFT-TV, Montréal 6440
CBM-MA, Montréal 5620
CBM-MF, Montréal 5630
CBMT-TV, Montréal 6450
Centre-ville, le 980
CFCF-MA, Montréal 5630
CFCF-MA et CFQR-MF 6660
CFCF-TV, Montréal 6460
CFGL-MF, Laval 5640
CFLV-MA, Valleyfield 5830
CFMB-MA, Westmount 5650
CFQR-MF, Montréal 5660
CFTM-TV, Montréal 6470
CHAI-MF, Châteauguay 5840
Champlain bugle, the 2910
Châtelaine 2400
CHEF-MF, Granby 5850
CHOM-MF, Montréal 5670
CHRS-MA, Longueuil 5810
Ciao 2170
CIBL-MF, Montréal 5680
CIEL-MF, Longueuil 5820
CIME-MF, Sainte-Adèle 5880
CINQ-MF, Montréal 5690
CITE-MF, Montréal 5700
Cités nouvelles 990
CIVM-TV, Montréal 6480
CJAD-MA, Montréal 5710
CJFM-MF, Montréal 5720
CJLM-MA, Joliette 5890
CJMS-MA, Montréal 5730
CJMS-MA et CKMF-MF 6710
CJSA-MA, Sainte-Agathe-des-Monts 5900
CJSO-MA, Sorel 5860
CKAC-MA, Montréal 5740
CKBS-MA, Saint-Hyacinthe 5870
CKGM-MA, Montréal 5750
CKLM-MA, Duvernay-Laval 5760
CKMF-MF, Montréal 5770
CKML-MA, Mont-Laurier 5910
CKO-MA, Pointe-Claire 5780
CKOI-MF, Verdun 5790
CKSJ-MA, Saint-Jovite 5920
CKVL-MA, Verdun 5800
Cittadino canadese, il 2180
Clin d'oeil 2410
Combat 3350
Commerce-Montréal 3090
Communications A.C. Ltée 6890
Communications mutuelles Ltée 6900
Concorde, la 1560
Contact (Ahuntsic) 1000
Contac Laval 1010
Coopérateur agricole, le 2660
Corriere italiano 2190
Coup d'oeil 1300
Courrier de Saint-Hyacinthe 1410
Courrier du sud, le/South shore courier, the 1240
Courrier-express de Vaudreuil-Soulanges 1310
Courrier français, le 2200
Courrier Laval 1020
Courrier mag expansion 1260
Courrier médical, le 3510
Courrier métropolitain, le (Ahuntsic) 2050
Courrier riviéra, le 1420
Croc 2420
Décoration chez-soi 2430
Décormag 2440
Deux-rives, les 1430
Devoir, le 10
Dialogo 2210
Dimanche dernière-heure 140
Dimanche-matin 150
Distributeur et détaillant canadien/Canadian distributor and retailer 2730
Drassis 2220
Écho, l' 1320
Écho du conseil, l' 2060
Écho du nord, l' 1570
Écho du transport, l' 3700
Échos-vedettes 160
Église de Montréal, l' 3460
Enseignants, les 2930
Épicier, l' 2740
Étoile de l'Outaouais Saint-Laurent, l' 1330
Femme 2450
Femmes d'ici 3360
Feux verts 3370
Filles d'aujourd'hui 2460
Finance 170
Flambeau de l'Est 1030
Gazette, the 30
Génie-construction 2860
Gerbe d'or 3380
Gleaner, the 1340
Grand journal illustré, le 180
Greek canadian reportage 2230
Greek canadian tribune 2240
Guide, le/the 1440
Guide de Montréal-Nord 1040
Guide du Nord 1060
Guide Mont-Royal, le 1050
Habitabec 190
Hebdo de la Rouge, l' 1580
Hebdo journal de Rosemont 1070
Hebdos A-1 Inc., les 6760
Hebdos métropolitains, les 6770
Hebdos Rive-Sud, les 6780
Horizon 2250
Horoscope quotidien 2800
Hôtellerie restauration 2750
Impression, l' 2940
Info-81 2790
Information 2950
Information, l' (Sainte-Julie) 1450
Information nationale, l' 3390
Information régionale, l' 1350
Informatique et bureautique 3170
Informatique Québec 3160
Insieme 2260
Jean Mc Gown et Associés 6800
Jean Séguin et Associés Inc 6810
J.-Henri Champagne et Associés 6820
Jewish eagle, the 2270
Joliette journal 1590
Jornal do emigrante 2280
Journal constructo 200
Journal de Chambly, le 1460
Journal de Montréal, le 40
Journal dentaire du Québec 3530
Journal de Saint-Bruno, le 1470
Journal des affaires 210
Journal des pays d'en haut 1600
Journal des rivières 1480
Journal des voyages 3220
Journal l'action 1610
Journal le Saint-François 1360
Journaux Sélect du Québec, les 6830

Lake of Two Mountains gazette 1370
Liban au Canada 2290
Link, the 2960
Loisirs et sports 3230
Lundi, le 2470
MacDonald journal 2970
Madame au foyer 2480
Magazine illustré, le 220
Magazine de l'immobilier 3100
Maigrir et rester belle 2490
Maître électricien, le 3010
Maître imprimeur, le 2830
Marche et manoeuvres 3430
Marketing-voyages 3240
Mart, le 3020
Médecin du Québec, le 3540
Médiarep Inc. 6920
Messager de Lachine 1080
Messager de Lasalle, le/Messenger, the 1090
Messager de Verdun, le/the 1100
Messager régional, le 1620
Mirabel, le 1630
Mirabel de Saint-Eustache, le 1640
Monitor, the 1110
Montréal calendar magazine 3620
Montréal ce mois-ci 3630
Montréal scop 3640
Moto journal 3250
Mousqueton, le 3260
Nepriklausoma lietuva 2300
News and chronicle 1120
Niem Tin 2310
Normédia Ltée 6840
Nos livres 3180
Nostra 2810
Nous 2500
Nouveau clairon, le 1490
Nouveau journal Saint-Michel 1130
Nouveau samedi, le 230
Nouvelle revue, la 1500
Nouvelles, les/News, the 1150
Nouvelles de l'Est, les 1140
Nouvelles illustrées 240
OACI bulletin 3710
Oeil régional, l' 1510
Opérations forestières et de scierie 3110
Opex Communications Ltée 6930
Parapet, le/the 2090
Paul L'Anglais Inc. 6940
Paul Mulvihill Radio Ltd 6950
Perspectives 250
Pharmacien, le 3550
Philatélie au Québec, la 3270
Photomag 3280
Photo-police 260
Photo-vedettes 270
Plan 3030
Plomberie, chauffage et climatisation 2870
Polyscope 2980
Pop rock 1980
Presse, la 70
Prévention 3560
Probec 5 Ltée 6850
Producteur agricole, le 2680
Producteur de lait québécois, le 2690
Progrès de Saint-Léonard et nouveau Rosemont 1160
Progrès de Villeray, le 1170
Progrès du Nord, le 1180
P.S. post-scriptum 2510
Publicitaire, le 2840
Pulp and paper Canada 3120
Québec chasse et pêche 3290
Québec construction 280
Québec industriel, Le 3130
Québec pharmacie 3570
Québec soccer 3300
Quincaillerie matériaux 2880
Radio-Canada (réseau français de radio) 6210
Radio-Canada (réseau français de télévision) 6550
Radio-Cité 6970
Radio Inter-Cité 6600
Radiomutuel 6230
Radiomutuel (nouvelles) 6240
Radio-Québec 6560
Radio Unie 6980
Radio Unie Québec 6630
Reflet, le 1270
Régional, le 1520
Régional, le 2110
Relations 2530
Rénovation bricolage 2540
Revue, la 1650
Revue commerce 3140
Revue du monde arabe au Canada, la 2320
Revue moteur 3040
Revue municipale, la 2630
Richelieu agricole, le 1380
Rincontro, il 2330
Rivière d'en haut, la 1660
Seaports and the shipping world 3720
Seigneurie, la 1280
Sélection du reader's digest 2550
Semaine, la 1190
Sentinel 2990
Settimanale di Montréal, il 2340
Société de publicité Radio-Télévision SBS Ltée 6990
Soleil du Saint-Laurent, le 1390
Sommet-écho des Laurentides, le 1670
Spirale 3190
Sports club magazine 3310
Suburban, the 1200
Sunday express 300
Télé-Capitale Unicom Ltée 7000
Télémédia 6250
Télémédia (baseball) 6260
Télémédia (nouvelles) 6270
Téléradiomonde 310
Temple, le 3650
Temps de vivre, le 2560
Terre de chez nous, la 2700
Town of Mount-Royal weekly post 1210
Trafic routier 3730
Trait d'union, le 1680
Transport routier du Québec 3740
Troisième âge, le 3420
TVA 6570
TV hebdo 2570
TV plus 2580
Union médicale du Canada, l' 3580
Vedettes internationales, les 1990
Vedettes québécoises, les 2000
Vente nationale sélectionnée de Radio-Canada 7010
Vente réseau télévision de Radio-Canada 7020
Victory, the 1690
Vie berthelaise, la 2640
Vie médicale au Canada-français, la 3590
Virus Montréal 3660
Vivre 2590
Voce d'Italia, la 2350
Voix de l'Est, la 120
Voix des Mille-Îles, la 1700
Voix du samedi, la 1530
Voix métropolitaine, la 1540
Voix populaire, la 1220
Votre horoscope 2820
Voz de Portugal, a 2360
Watchman, the 1710
Westmount examiner, the 1230

Outaouais

Bulletin de la Lièvre, le 1720
Carillon, le 1730
CBOF-MA, Ottawa 5930
CBOF-MF, Ottawa 5940
CBOFT-TV, Ottawa 6490
CHGA-MF, Maniwaki 5950
CHIP-MF, Fort-Coulonge 5960
CHOT-TV, Hull 6500
CIMF-MF, Hull 5970
CIMF-MF et CKCH-MA 6720
CJLA-MA, Lachute 5980
CJRC-MA, Ottawa 5990
CKCH-MA, Hull 6000
CKMG-MA, Maniwaki 6010
Droit, le 20
Écho de la Lièvre, l' 1740
Équity, the 1750
Gatineau, la 1760
Gazette de Maniwaki, la 1770
Infirmière canadienne, l' 3520
Low down to Hull and back news, the 1780
Petite nation, la 1790
Post, the 1800
Radio réseau Laurentides 6610
Régional de l'Outaouais, le 1810
Revue de Gatineau, la 1820
Revue de Papineau, la 1830

Nord-Ouest

CFEM-TV, Noranda 6510
CFEM-TV et CKRN-TV 6730
CHAD-MA, Amos 6020
CHLM-MA, Rouyn-Noranda 6030
CIBO-MF, Senneterre 6040
CIMF-MF et CKCH-MA 6720
CIRC-MF, Rouyn 6050
CKLS-MA, La Sarre 6060
CKRN-MA, Rouyn 6070
CKRN-TV, Noranda 6520
CKVD-MA, Val-d'Or 6080
CKVM-MA, Ville-Marie 6090
Contact (Témiscaming) 1840
Courrier de Malartic 1850
Échos abitibiens, les 1860
Ensemble pour bâtir 3470
Frontière, la 1870
Point de vue, le 2620
Reflet d'ici, le 1880
Réseau Radio Nord 6650
Rouyn-Noranda press, the 1890
Témiscamien, le 1900
Val-d'Or star, the 1910

Côte-Nord et Nouveau-Québec

Atuaqnik 2030
CFJO-MF, Gagnon 6100
CFMF-MF, Fermont 6110
CHLC-MA, Hauterive 6120
CHMO-MF, Kuujjuaq 6130
CIMH-MF, Sept-Îles 6140
CIPC-MA, Port-Cartier 6150
CKBH-MA, Baie-Comeau 6160
CKCN-MA, Sept-Îles 6170
CKPV-MF, Povungnituk 6180
Élan sept-îlien, l' 1920
Nord-Est, le 1950
Nordic, le (Baie-Comeau) 1930
Nordic, Le (Sept-Îles) 1940
Plein jour sur Charlevoix 620
Plein jour sur la Manicouagan 1960
Plein jour sur le Saguenay 1970

Extérieur du Québec

CKO (All News Radio Network)	6200
CTV (Canadian Television Network)	6540
Group one radio Ltd	6910

Liste des medias autres que unilingues francophones

Médias anglophones

Canadian doctor	3500
Canadian forwarder	3690
Canadian mining journal	3070
Canadian textile journal	3080
Canadian workshop	2390
CBC (réseau anglais de radio)	6190
CBC (réseau anglais de télévision)	6530
CBM-MA, Montréal	5610
CBM-MF, Montréal	5620
CBMT-TV, Montréal	6450
CBVE-MF, Québec	5270
CFCF-MA, Montréal	5630
CFCF-TV, Montréal	6460
CFQR-MF, Montréal	5660
Champlain bugle, the	2910
CHOM-MF, Montréal	5670
CJAD-MA, Montréal	5710
CJFM-MF, Montréal	5720
CKGM-MA, Montréal	5750
CKMA-MA, Mont Apica	5330
CKMI-TV, Québec	6390
CKO All News Radio Network	6200
CKO-MA, Pointe-Claire	5780
CKTS-MA, Sherbrooke	5580
CTV canadian television Network	6540
Gazette, the	30
Lake of Two Mountains gazette	1370
Link, the	2960
MacDonald journal	2970
Monitor, the	1110
Montréal calendar magazine	3620
News and chronicle	1120
Post, the	1800
Pulp and paper Canada	3120
Québec chronicle telegraph	630
Record, the	90
Rouyn-Noranda press, the	1890
Seaports and the shipping world	3720
Spec	2130
Stanstead journal, the	950
Sunday express	300
Town of Mount Royal weekly post	1210
Townships sun, the	2150
Val-d'Or star, the	1910
Victory, the	1690
Westmount examiner, the	1230

Médias anglophones et francophones

Action Canada France	2770
Aladin, l'	2010
Auberge via Québecair	2380
Bonjour	3610
CBC coiffure beauté charme	3600
CHIB-MA, Chibougamau	5170
Contact	1840
Courrier mag expansion	1260
Courrier du sud, le/South shore courier, the	1240
Distributeur et détaillant canadien/Canadian distributor and retailer	2730
Eclair, l'	2070
Equity, the	1750
Gleaner, the	1340
Guide, le/the	1440
Habitabec	190
Information régionale, l'	1350
Journal dentaire du Québec	3530
Journal des rivières, le	1480
Magazine de l'immobilier,	3100
Messager de Lachine, le	1080
Messager de Lasalle, le/Messenger, the	1090
Messager de Verdun, le/the	1100
Montréal scop	3640
Nouvelles, les/News, the	1150
Parapet, le/the	2090
Plan	3030
Sentinel	2990
Suburban, the	1200

Autres médias

Abaka (anglais, arménien et français)	2160
Atuaqnik (anglais et inuk)	2030
CFMB-MA, Montréal (22 langues)	5650
CHGA-MF, Maniwaki (algonquin, anglais et français)	5950
CHMO-MF, Kuujjuaq (inuk)	6130
Ciao (italien)	2170
CIBO-MF, Senneterre (amérindien et français)	6040
CINQ-MF, Montréal (anglais, chinois, créole, espagnol, français, grec et portugais)	5690
Cittadino canadese, il (italien)	2180
CKPV-MF, Povungnituk (inuk)	6180
Corriere italiano (italien)	2190
Dialogo (espagnol)	2210
Drassis (grec)	2220
Greek canadian reportage (grec)	2230
Greek canadian tribune (grec)	2240
Horizon (arménien)	2250
Insieme (italien)	2260
Jewish eagle, the (yiddish)	2270
Jornal do emigrante (portugais)	2280
Liban au Canada (anglais, arabe et français)	2290
Nepriklausoma lietuva (lituanien)	2300
Niem Tin (français et vietnamien)	2310
Nouveau journal Saint-Michel (français et italien)	1130
Rincontro, il (italien)	2330
Revue du monde arabe au Canada, la (anglais, arabe et français)	2320
Settimanale di Montréal, il (italien)	2340
Voce d'Italia, la (italien)	2350
Voz de Portugal, a (portugais)	2360

APPENDICE 2
LISTE DES ENTREPRISES DE CABLODISTRIBUTION PAR REGION

Bas-Saint-Laurent

CÂBLOVISION DU BAS-SAINT-LAURENT INC.
126, rue Soucy
Matane
G4W 2E2
Téléphone: (418) 562-5255
36, Saint-Germain est
Rimouski
G5L 1A2
Téléphone: (418) 724-7230

Municipalités desservies
Amqui
Baie-des-Sables
Bic
Causapscal
Grand-Métis
Grosses-Roches
Lac-au-Saumon
Les Boules
Luceville
Matane
Matapédia
Métis-sur-Mer
Mont-Joli
Petite-Matane
Price
Rimouski
Rimouski-Est
Saint-Adelme
Saint-Anaclet-de-Lessard
Sainte-Angèle-de-Mérici
Sainte-Anne-de-la-Pointe-au-Père
Sainte-Blandine
Saint-Fabien
Sainte-Félicité
Sainte-Flavie
Saint-Jean-Baptiste
Saint-Jérôme de Matane
Saint-Joseph-de-Lepage
Saint-Léon-le-Grand
Saint-Luc
Sainte-Luce
Saint-Moïse
Saint-Noël
Saint-Octave-de-Métis
Sainte-Odile-sur-Rimouski
Saint-Ulric
Saint-Ulric de Matane
Sayabec
Val-Brillant

Télévisions communautaires
Communication communautaire gaspésienne Inc.
87, d'Amours
Matane
G4W 2X5
Téléphone: (418) 562-5066
Président et coordonnateur: Edmond Gauthier

Diffusion communautaire de la Métis Inc.
1800, Lechasseur
Mont-Joli
G5H 3K8
Téléphone: (418) 775-2842
Présidente: France Roussel

Télévision communautaire de la vallée de la Matapédia Inc.
Terrasse Sainte-Ursule
Amqui
G0J 1B0
Téléphone: (418) 629-4503
Président: Louis Belzile
Coordonnatrice: Hélène Parent

CHOUINARD TÉLÉVISION LTÉE
503, 10e Avenue
La Pocatière
G0R 1Z0
Téléphone: (418) 856-2253
C.P. 500
La Pocatière
G0R 1Z0

Municipalités desservies
La Pocatière
Rivière-Ouelle
Sainte-Anne-de-la-Pocatière (paroisse)
Saint-Gabriel de Kamouraska
Sainte-Louise
Saint-Onésime d'Ixworth
Saint-Pacôme
Saint-Roch-des-Aulnaies

RIVIÈRE-DU-LOUP CÂBLE TV LTÉE
1, Frontenac
Rivière-du-Loup
G5R 1R7
Téléphone: (418) 867-1478

Municipalités desservies
Cacouna
Rivière-du-Loup
Rivière Verte
Saint-Antonin
Saint-Patrice

SAINT-PHILIPPE CÂBLE TV ENR.
Saint-Philippe-de-Néri
G0L 4A0
Téléphone: (418) 498-2954

Municipalités desservies
Mont-Carmel
Saint-Philippe-de-Néri

TÉLÉCÂBLE SAINT-PASCAL ENR.
305, 3e Avenue
Saint-Pascal
G0L 3Y0
Téléphone: (418) 492-3801
C.P. 339
Saint-Pascal
G0L 3Y0

Municipalités desservies
Andréville
Kamouraska
Saint-Alexandre
Saint-André
Saint-Germain
Sainte-Hélène
Sainte-Hélène-de-Kamouraska
Saint-Joseph-de-Kamouraska
Saint-Louis-de-Kamouraska
Saint-Pascal

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Saint-Pascal Inc.
518, 9e Rue
Saint-Pascal
G0L 3Y0
Téléphone: (418) 492-2711
Président: Michel Tremblay

TÉLÉDISTRIBUTION CABLOUIS INC.
42, Pelletier
Cabano
G0L 1E0
Téléphone: (418) 854-2688
C.P. 579
Cabano
G0L 1E0

Municipalités desservies
Cabano
Dégelis
Notre-Dame-du-Lac
Saint-Eusèbe
Saint-Louis-du-Ha-Ha

Gaspésie

ASSOCIATION COOPÉRATIVE TÉLÉVISION DE PERCÉ
Percé
G0C 2L0
Téléphone: (418) 782-2201

Municipalité desservie
Percé

C.A.T.V. LEBREUX ÉLECTRONIQUE ENR.
Grande-Vallée
G0E 1K0
Téléphone: (418) 393-2181
(418) 393-2018

Municipalités desservies
Grande-Vallée
Petite-Vallée
Sainte-Madeleine-de-la-Rivière-Madeleine
(Manche d'Épée)
Saint-Maxime-du-Mont-Louis (Gros Morne)

G. ET D. TÉLÉVISION ENR.
C.P. 118
Marsoui
G0E 1S0
Téléphone: (418) 288-5226
(418) 763-2261

Municipalité desservie
Marsoui

MONT SAINT-PIERRE TV ENR.
Mont-Saint-Pierre
G0E 1V0
Téléphone: (418) 797-2810

Municipalités desservies
Mont-Saint-Pierre
Rivière-à-Claude
Ruisseau-à-Rebours

R. ET O. JALBERT LTÉE
470, Blanchard
Chandler
G0C 1K0
Téléphone: (418) 689-2377
C.P. 847
Chandler
G0C 1K0

Municipalités desservies
Grande-Rivière
Grande-Rivière Ouest
Petit Pabos

Télévision communautaire
Télévision communautaire de
Grande-Rivière Inc.
C.P. 10
Grande-Rivière
G0C 1V0
Téléphone: (418) 385-2226
Responsable: Roland Paradis

SIROIS CÂBLE ENR.
180, Mgr. Ross
Chandler
G0C 1K0
Téléphone: (418) 689-2304
C.P. 1329
Chandler
G0C 1K0

Municipalités desservies
Chandler
Newport
Pabos
Pabos-Mills

SOCIÉTÉ TV SAINTE-MARTHE ENR.
Sainte-Marthe
G0E 2H0
Téléphone: (418) 288-5539

Municipalité desservie
Sainte-Marthe-de-Gaspé

Saguenay – Lac-Saint-Jean

CÂBLOVISION ALMA INC.
590, Collard Ouest
Alma
G8B 1N2
Téléphone: (418) 668-3318

Municipalités desservies
Alma
Hébertville Station
Saint-Bruno
Saint-Coeur-de-Marie
Saint-Jérôme
Saint-Nazaire

Télévision communautaire
Télévision communautaire Alma Inc.
821, Martel
Alma
G8P 2N5
Responsable: Lise Roy-Levasseur

COOPÉRATIVE ANTENNE TV SAINTE-ROSE-DU-NORD
Sainte-Rose-du-Nord
G0V 1T0
Téléphone: (418) 675-2321

Municipalité desservie
Sainte-Rose-du-Nord

DOLBEAU TV SERVICE INC.
245, 7e Avenue
Dolbeau
G8L 1Y3
Téléphone: (418) 276-2291

Municipalités desservies
Dolbeau
Mistassini

GAGNON TV LTÉE
1117, Mgr. Bluteau
Saint-Félicien
G0W 2N0
Téléphone: (418) 679-0953

Municipalités desservies
Chapais
Chibougamau
Notre-Dame-de-la-Doré
Saint-Félicien

Télévisions communautaires
Télévision communautaire Saint-Félicien Inc.
1217, boul. Laforge
Saint-Félicien
G0W 2N0
Téléphone: (418) 679-1574
Président: Rénald Beauchesne
Animateur: Christian Talbot
Télévision communautaire La Doré Inc.
178, des Peupliers
Notre-Dame-de-la-Doré
G0W 2J0
Téléphone: (418) 256-3583
Vice-président: Claude Baillargeon
Coordonnatrice: Chantal Brousseau

LAC BOUCHETTE TV ENR.
165, Principale
Chambord
G0W 1G0
Téléphone: (418) 342-6743

Municipalité desservie
Lac Bouchette

Télévision communautaire
Télévision communautaire
Lac Bouchette Inc.
Rue Principale
Lac Bouchette
G0W 1V0
Téléphone: (418) 348-6376
Président: Robert Tremblay

TÉLÉDISTRIBUTION BERTRAND FORTIN INC.
112, boul. Dumas
Petit Saguenay
G0V 1N0
Téléphone: (418) 272-2070

Municipalités desservies
Anse Saint-Jean
Petit Saguenay

TÉLÉSAG INC.
392, Racine est
Chicoutimi
G7H 1T3
Téléphone: (418) 549-6467

Municipalités desservies
Arvida
Chicoutimi
Chicoutimi-Nord
Jonquière
Kénogami
Laterrière
Rivière-du-Moulin
Saint-Fulgence
Saint-Honoré

TÉLÉVAL INC.
698, Otis
Roberval
G8H 2J4
Téléphone: (418) 275-3773

Municipalités desservies
Girardville
Normandin
Roberval
Saint-Thomas-Dydime

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Roberval Inc.
243, Ménard
Roberval
G8H 1P4
Téléphone: (418) 275-1640
(418) 275-4873
Présidente: Diane Potvin
Vice-président: Normand Breault

VIDÉO DÉRY LTÉE
131, Saint-Joseph
Saint-Raymond
G0A 4G0
Téléphone: (418) 337-2413
C.P. 697
Saint-Raymond
G0A 4G0

Municipalité desservie
La Baie

Télévision communautaire
Télévision communautaire B.D.A.A. Inc.
951, avenue Mathieu
La Baie
G7B 1K4
Téléphone: (418) 544-6869
(418) 544-6860
Président: Michel Bergeron
Vice-président: Claude Gagnon

Québec Quebec metropolitain et Rive-Nord

BERGERON ET FRÈRES LTÉE
363, Saint-Paul
Saint-Tite
G0X 3H0
Téléphone: (418) 365-6175

Municipalité desservie
Saint-Tite

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Saint-Tite Inc.
363, Saint-Paul
Saint-Tite
G0X 3H0
Téléphone: (418) 365-6175
Présidente: Raymonde Payen

BUISSON GILLES
800, Principale
Lac-aux-Sables
G0X 1M0
Téléphone: (418) 336-2988
C.P. 69
Lac-aux-Sables
G0X 1M0

Municipalité desservie
Saint-Rémi

CÂBLOVISION BAIE SAINT-PAUL INC.
985, Saint-Édouard
Saint-Urbain
G0A 4K0
Téléphone : (418) 639-2255
C.P. 190
Saint-Urbain
G0A 4K0

Municipalités desservies
Baie-Saint-Paul
Saint-François-Xavier-de-la-Petite-Rivière
Saint-Urbain

Télévision communautaire
Télé-Baie Inc.
1, Place de l'Église
Baie-Saint-Paul
G0A 1B0
Téléphone : (418) 435-5134
Président : Jean-Marc Tremblay
Coordonnatrice : Judith Brown

ÉDOUARD BENOÎT TÉLÉCÂBLE
352, Principale
Rivière-à-Pierre
G0A 3A0
Téléphone : (418) 323-2258

Municipalité desservie
Rivière-à-Pierre

MARTEL ET FRÈRES TÉLÉVISION ENR.
397, avenue Principale
Notre-Dame-des-Anges
G0X 1W0
Téléphone : (418) 336-2930

Municipalité desservie
Notre-Dame-des-Anges-de-Montauban

TÉLÉCÂBLE CHARLEVOIX INC.
150, Saint-Philippe
La Malbaie
G0T 1J0
Téléphone : (418) 439-2488
C.P. 760
La Malbaie
G0T 1J0

Municipalités desservies
Cap-à-l'Aigle
Clermont
La Malbaie
Pointe-au-Pic
Rivière-Malbaie

Télévision communautaire
Télévision communautaire Vents et Marée Inc.
770, Saint-Raphaël
Cap-à-l'Aigle
G0T 1B0
Téléphone : (418) 665-6777
Président : Réjean Tremblay
Permanent : Paul Lefrançois

TÉLÉCÂBLE DE QUÉBEC INC.
(Division de Câblevision Nationale Ltée)
336, du Roi
Québec
G1K 2W8
Téléphone : (418) 529-9361

Municipalités desservies
Ancienne-Lorette (Réserve Indienne)
Beauport
Cap-Rouge
Charlesbourg
Charlesbourg-Ouest
Courville
Duberger
Giffard
Lac Delage
Les Saules
Loretteville
Montmorency
Neufchatel
Notre-Dame-de-Lorette
Orsainville
Québec
Saint-Dunstan du Lac Beauport
Saint-Émile
Sainte-Foy
Saint-Gabriel de Valcartier (base militaire)
Saint-Gabriel-Ouest
Saint-Jean-de-Boischatel
Shannon
Sillery
Stoneham et Tewkesbury
Vanier
Villeneuve

VIDÉO DÉRY LTÉE
131, Saint-Joseph
Saint-Raymond
G0A 4G0
Téléphone : (418) 337-2413
C.P. 697
Saint-Raymond
G0A 4G0

Municipalité desservie
Saint-Raymond

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Saint-Raymond Inc.
375, Saint-Joseph
Saint-Raymond
G0A 4G0
Téléphone : (418) 337-7227
Responsables : René Paquet
Denys Cayer

Québec Rive-Sud

ANTENNE T.V. SAINT-ZACHARIE
836, 15e Rue
Saint-Zacharie
G0M 2C0
Téléphone : (418) 593-2001

Municipalité desservie
Saint-Zacharie

APPAREILS ÉLECTRONIQUES BÉRUBÉ INC.
1100, boul. Dionne
Saint-Georges-Ouest
G5Y 3V3
Téléphone : (418) 228-2873

Municipalités desservies
Canton Gayhurst
Canton Risoborough
Marlow
Saint-Benoît-Labre (comté Beauce)
Saint-Ludger
Saint-Prosper
Saint-Théophile

BEAUCE DISTRIBUTION TV INC.
566-A, boul. Renault
Beauceville-Est
G0S 1A0
Téléphone : (418) 744-6000

Municipalités desservies
Beauceville
Notre-Dame-de-la-Providence
Saint-François

BEAUCE VIDÉO LTÉE
12 440, 1re Avenue, bureau 20
Saint-Georges-Est
G5Y 2E1
Téléphone : (418) 228-2755

Municipalités desservies
Aubert-Gallion
Saint-Gédéon
Saint-Georges
Saint-Georges-Est
Saint-Georges-Ouest
Saint-Martin

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Saint-Georges-de-Beauce. Photo-Vision Enr.
12 440, 1re Avenue
Saint-Georges-Est
G5Y 2E1
Responsable : Louison Bourque

BERNIER VIDÉO ENR.
Côte de l'Eglise
Saint-Ferdinand d'Halifax
G0N 1N0
Téléphone : (418) 428-3322
C.P. 164
Saint-Ferdinand d'Halifax
G0N 1N0

Municipalité desservie
Bernierville

BLACK LAKE TÉLÉDIFFUSION INC.
15, Notre-Dame sud
Robertsonville
G0N 1L0
Téléphone : (418) 335-9585

Municipalités desservies
Black-Lake
Ireland-Nord
Ireland-Sud

CÂBLODISTRIBUTION L.M.N. LTÉE
326, Principale
East-Broughton
G0N 1G0
Téléphone : (418) 427-2436

Municipalités desservies
East-Broughton
East-Broughton-Station
Saint-Frédéric
Tring-Jonction

CÂBLODISTRIBUTION MONTMAGNY INC.
70, Palais de Justice
Montmagny
G5V 3S7
Téléphone : (418) 248-5697

Municipalité desservie
Montmagny

CÂBLODISTRIBUTION SAINTE-SABINE ENR.
Sainte-Sabine
G0R 4H0
Téléphone : (418) 383-3405

Municipalité desservie
Sainte-Sabine

CARON TÉLÉCÂBLE ENR.
122, 1re Avenue
Saint-Benjamin
G0M 1N0
Téléphone : (418) 594-5325

Municipalité desservie
Saint-Benjamin (comté Dorchester)

CHOUINARD GUY
3, de l'Église
Saint-Pamphile
G0R 3X0
Téléphone : (418) 356-5276

Municipalité desservie
Saint-Pamphile

CLAIRE VUE INC.
37, Saint-Joseph ouest
Thetford-Mines
G6C 3N7
Téléphone : (418) 335-6620

Municipalité desservie
Plessisville

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Plessisville Inc
1331, Saint-Calixte
Plessisville
G6L 1P4
Téléphone : (819) 362-6301
Président : Robert Plante

CORELAINE VIDÉO INC.
142, Saint-Thomas
Disraéli
G0N 1E0
Téléphone : (418) 449-2700

Municipalité desservie
Saint-Joseph-de-Coleraine

JEAN-GUY FORTIER
8e Rue est
La Guadeloupe
G0M 1G0
Téléphone : (418) 459-6249
C P 40
La Guadeloupe
G0M 1G0

Municipalités desservies
Courcelles
Lambton
Saint-Ephrem-de-Beauce
Saint-Honoré
Shenley

Télévision communautaire
Saint-Honoré Vidéo Enr.
Saint-Honoré de Shenley
G0M 1V0
Téléphone : (418) 485-6343
Président : Jean-Paul Racine

KENNEBEC VIDÉO ENR.
9e Rue ouest
Saint-Côme
G0M 1J0
Téléphone : (418) 685-3839

Municipalités desservies
Linière
Saint-Côme-de-Kennébec

LA GUADELOUPE TÉLÉVISION INC.
Saint-Évariste
G0M 1S0
Téléphone : (418) 459-6844

Municipalités desservies
La Guadeloupe
Saint-Évariste

LANGEVIN TÉLÉCÂBLE ENR.
178, Bédard
Sainte-Justine
G0R 1Y0
Téléphone : (418) 383-3224

Municipalité desservie
Sainte-Justine

MÉGANTIC TRANSVISION INC.
5084, Frontenac
Lac-Mégantic
G6B 1H3
Téléphone : (819) 583-0432

Municipalités desservies
Lac-Mégantic
Woburn

PARENT MARCEL
133, Principale
Sainte-Justine
G0R 1Y0
Téléphone : (418) 383-3054

Municipalités desservies
Saint-Camille-de-Lellis
Saint-Cyprien
Sainte-Germaine-du-Lac-Etchemin

TÉLÉCÂBLE DE LA RIVE-SUD INC.
(Division de Télécâble Vidéotron Ltée)
150, route Trans-Canada est
Lévis
G6V 6R8
Téléphone : (418) 833-1920
C P 1246
Lévis
G6V 6R8

Municipalités desservies
Bernières
Charny
Lauzon
Lévis
Saint-David
Saint-Jean-Chrysostome
Saint-Louis-de-Pintendre
Saint-Nicolas
Saint-Rédempteur
Saint-Romuald

Télévision communautaire
Centre Vidéo populaire de la Rive-Sud Inc.
17, Notre-Dame
Station Notre-Dame
Lévis
G6V 6R4
Téléphone : (418) 833-5469
Président : Thierry de Brouwer
Coordonnateur : Paul Charon

TÉLÉCÂBLE DE ROBERTSON ENR.
15, Notre-Dame
Robertsonville
G0N 1L0
Téléphone : (418) 335-9585
C.P. 7
Robertsonville
G0N 1L0

Municipalité desservie
Robertsonville

TÉLÉCÂBLE LAC ETCHEMIN ENR.
1340, boul. Dionne
Saint-Georges
G5Y 3V6
Téléphone : (418) 228-8008

Municipalité desservie
Lac Etchemin

TÉLÉCÂBLE SAINT-DAMIEN ENR.
16, Kelly
Saint-Damien
G0R 2Y0
Téléphone : (418) 789-2896

Municipalité desservie
Saint-Damien

Télévision communautaire
Télé-Nous Inc.
16, Kelly
Saint-Damien
G0R 2Y0
Téléphone : (418) 789-2896
Président : Jean-Noël Jobin

TÉLÉCÂBLE SAINT-MÉTHODE ENR.
Saint-Évariste
G0M 1S0
Téléphone : (418) 459-6844

Municipalités desservies
Saint-Méthode
Saint-Victor

TÉLÉCÂBLE SAINTE MARIE ENR.
323, du Collège
Sainte-Marie
G0S 2Y0
Téléphone : (418) 387-2600
C P 426
Sainte-Marie
G0S 2Y0

Municipalités desservies
Saint-Elzéar
Sainte-Marie
Vallée-Jonction

THETFORD VIDÉO INC.
37, Saint-Joseph ouest
Thetford-Mines
G6G 3N7
Téléphone : (418) 335-6620

Municipalités desservies
Rivière-Blanche
Thetford-Mines
Thetford-Mines, partie Sud

Télévision communautaire
Télévision communautaire de la région de l'Amiante Inc.
22, de la Fabrique
Thetford-Mines
G6G 2N5
Téléphone : (418) 338-8444
Président : Jean-Pierre Aumont
Coordonnateur : Mario Rouleau

TRANSVISION DISRAÉLI INC.
142, Thomas
Disraéli
C0N 1E0
Téléphone: (418) 449-2700

Municipalité desservie
Disraéli

VIDÉO QUÉBEC INC.
13 475, 2e Avenue
Saint-Georges
G5Y 1Z3
Téléphone: (418) 228-5360

Municipalité desservie
Saint-Joseph-de-Beauce

Trois-Rivières Mauricie

CÂBLEVISION NATIONALE LTÉE
(Division Cap-de-la-Madeleine)
188, Fury
Cap-de-la-Madeleine
G8T 2V8
Téléphone: (819) 375-0161

Municipalités desservies
Cap-de-la-Madeleine
Sainte-Marthe

CÂBLODISTRIBUTION LE ROCHER INC.
1360, 6e Avenue
Grand'Mère
G9T 2J6
Téléphone: (819) 538-3889
(819) 538-2733

Municipalités desservies
Grand'Mère
Saint-Georges

ÉLECTRO-VISION (LA TUQUE) INC.
333, Saint-Joseph
La Tuque
G9X 1L3
Téléphone: (819) 523-3737

Municipalités desservies
Haute-Mauricie
La Tuque

GAGNON ET FILS ÉLECTRONIQUE ENR.
1470, Principale
Saint-Jean-des-Piles
G0X 2V0
Téléphone: (819) 538-9138

Municipalité desservie
Saint-Jean-des-Piles

GROLEAU T.V. CÂBLE ENR.
120, Route 352
Sainte-Thècle
G0X 3G0
Téléphone: (819) 289-2871

Municipalités desservies
Hervey Jonction
Sainte-Thècle
Sainte-Thècle (paroisse)

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Sainte-Thècle
370, Saint-Jacques
Sainte-Thècle
G0X 3G0
Responsable: Jean-René Marchand

LA BELLE VISION (1972) INC.
1579, Saint-Philippe
Trois-Rivières
G9A 5L6
Téléphone: (819) 379-9121

Municipalités desservies
Baie de Shawinigan
Shawinigan
Shawinigan-Sud
Trois-Rivières
Trois-Rivières-Ouest

SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE DE TÉLÉVISION DU LAC ÉDOUARD
Lac-Édouard
G0A 2G0
Téléphone: (819) 653-2508

Municipalité desservie
Lac Édouard

Trois-Rivieres Centre du Quebec

CÂBLE DE TÉLÉVISION DE BAIEVILLE ENR.
C.P. 44
Baieville
J0G 1A0
Téléphone: (819) 783-6927

Municipalités desservies
Baieville
Saint-Antoine-de-la-Baie-du-Febvre
Saint-Joseh-de-la-Baie-du-Febvre

CÂBLEVISION NATIONALE LTÉE
(Division Victoriaville)
298, Notre-Dame est
Victoriaville
G6P 4A3
Téléphone: (819) 758-0501

Municipalités desservies
Arthabaska
Canton d'Arthabaska
Canton de Warwick
Saint-Christophe-d'Arthabaska
Sainte-Victoire-de-Victoriaville
Victoriaville

Télévision communautaire
Télévision communautaire des Bois-Francs Inc.
37, Dubord
Victoriaville
G6P 7Z9
Téléphone: (819) 758-3688
President: Yves Richard
Coordonnatrice: Gisèle Morrissette

CÂBLOVISION WARWICK INC.
14, boul. Beaumier
Warwick
J0A 1M0
Téléphone: (418) 358-2371

Municipalités desservies
Canton de Kingsey
Kingsey-Falls
Warwick

DÉCIBEL INC.
160, Fortier
Nicolet
J0G 1E0
Téléphone: (819) 293-4576
C.P. 1150
Nicolet
J0G 1E0

Municipalités desservies
Canton de Maddington
Daveluyville
Nicolet
Saint-Jean-Baptiste-de-Nicolet
Saint-Léonard-d'Aston
Saint-Léonard

DESHAIES VENANT
950, avenue des Tulipes
Sainte-Angèle-de-Laval
G0X 2H0
Téléphone: (819) 222-5544

Municipalité desservie
Bécancour (Sainte-Angèle-de-Laval)

PRINCE VIDÉO ENR.
178, Rivard
Princeville
G0P 1E0
Téléphone: (819) 364-2141
C.P. 635
Princeville
G0P 1E0

Municipalité desservie
Princeville

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Princeville Inc
20, boul. Industriel
Princeville
G0P 1E0
Téléphone: (819) 364-2854
Directeur: Claude B. Charpentier

TV DRUMMOND INC.
1960, boul. Lemire
Drummondville
J2B 6X5
Téléphone: (819) 477-3939

Municipalités desservies
Drummondville
Drummondville-Sud
Grantham-Ouest
Saint-Germain-de-Grantham
Saint-Marjorique-de-Grantham
Saint-Nicéphore
Wendover et Simpsons (cantons)

TÉLÉCÂBLE SAINT-GRÉGOIRE ENR.
C.P. 397
Saint-Grégoire
G0X 2T0
Téléphone: (819) 223-2375

Municipalité desservie
Saint-Grégoire

VIDÉO CENTRE
4050, des Verchères
Gentilly
G0X 1G0
Téléphone: (819) 298-2792

Municipalité desservie
Bécancour (Gentilly)

Cantons-de-l'Est

BORDER COMMUNITY TV INC.
24, avenue Pierce
Stanstead
J0B 3E0
Téléphone : (819) 876-2408
C.P. 238
Stanstead
J0B 3E0

Municipalités desservies
Beebe-Plain
Rock-Island

CÂBLEVISION NATIONALE LTÉE
(Division Sherbrooke)
725, Terrasse du CPR
Sherbrooke
J1H 1T7
Téléphone : (819) 569-5997

Municipalités desservies
Canton d'Ascot
Canton d'Orford
Compton
Deauville
Rock-Forest
Saint-Élie-d'Orford
Sherbrooke

Télévision communautaire
Vidéomonde Inc.
183, King ouest
Sherbrooke
J1H 1P4
Téléphone : (819) 569-9831
Présidente : Suzanne Servant
Directrice générale : Anita Roy

CÂBLOVISION INC.
334, Saint-Edmond
Asbestos
J1T 2A5
Téléphone : (819) 879-5222

Municipalités desservies
Asbestos
Canton Shipton
Trois-Lacs

LACHUTE CÂBLEVISION INC.
15, Saint-Patrice ouest
Magog
J1X 1V8
Téléphone : (819) 843-3358

Municipalités desservies
Brownsburg
Canton de Chatam
Carillon
Lachute
Saint-André-d'Argenteuil
Saint-André-Est
Saint-Jérusalem (Mirabel)

LA PATRIE VIDÉO INC.
Rue Notre-Dame
La Patrie
J0B 1Y0
Téléphone : (819) 888-2468

Municipalité desservie
La Patrie

LENNOXVILLE TRANSVISION INC.
114, Queen
Lennoxville
J1M 1J6
Téléphone : (819) 567-7969

Municipalités desservies
Canton d'Ascot
Earlstown
Huntingville
Lennoxville
Waterville

NORTH HATLEY TRANSVISION INC.
15, Saint-Patrice ouest
Magog
J1X 1V8
Téléphone : (819) 843-3358

Municipalité desservie
North Hatley

T.V. CÂBLE RICHMOND INC.
67, Principale nord
Richmond
J0B 2H0
Téléphone : (819) 826-3417

Municipalités desservies
Canton de Cleveland
Canton de Stoke
Melbourne
Richmond

TV COMMUNAUTAIRE DE BROMPTON INC.
C.P. 389
Bromptonville
J0B 1H0
Téléphone : (819) 563-0660

Municipalités desservies
Bromptonville
Canton de Brompton
Canton de Stoke

TRANSVISION (COATICOOK) INC.
85, Child
Coaticook
J1A 2B2
Téléphone : (819) 849-4088

Municipalité desservie
Coaticook

TRANSVISION (COOKSHIRE) INC.
135, Gray
Cookshire
G0B 1M0
Téléphone : (819) 567-0701
C.P. 68
Cookshire
G0B 1M0

Municipalité desservie
Cookshire

TRANSVISION DE DANVILLE INC.
12, Carmel
Danville
J0A 1A0
Téléphone : (819) 839-2711

Municipalités desservies
Canton de Shipton
Danville

TRANSVISION EAST ANGUS INC.
191, Argyle
Sherbrooke
J1H 5N8
Téléphone : (819) 832-3023
C.P. 1688
Sherbrooke
J1H 5N8
257, Saint-Jean Ouest
East Angus
J0B 1R0

Municipalité desservie
East Angus

TRANSVISION MAGOG INC.
15, Saint-Patrice ouest
Magog
J1X 1V8
Téléphone : (819) 843-3358

Municipalités desservies
Austin
Ayer's-Cliff
Canton de Hatley
Canton de Magog
Canton de Stanstead
Canton d'Orford
Eastman
Hatley
Hatley, partie Ouest
Hermitage Club
Magog
Omerville
Sainte-Catherine-de-Hatley
Stukely-Sud

TRANSVISION PARÉ INC.
2481, Chemin Champigny
Fleurimont
J1H 5H2
Téléphone : (819) 562-5217

Municipalités desservies
Ascot-Corner
Fleurimont

TRANSVISION SAWYERVILLE INC.
224, Côté
Sherbrooke
J1T 2T3
Téléphone : (819) 569-2219

Municipalités desservies
Eaton
Newport
Sawyerville

TRANSVISION WEEDON ENR.
2370, Raimbault
Sherbrooke
J1J 2J6
Téléphone : (819) 569-1619

Municipalité desservie
Weedon

TRANSVISION WINDSOR INC.
5, Saint-Georges
Windsor
J1S 1J2
Téléphone : (819) 845-2428

Municipalités desservies
Saint-Grégoire-de-Greenlay
Windsor

WATERLOO TV CÂBLE INC.
6003, Foster
Waterloo
J0E 2N0
Téléphone : (514) 539-1808

Municipalités desservies
Warden
Waterloo

Montréal
Montreal metropolitain

CÂBLE T.V. LTD
8360, Mayrand
Montréal
H4P 2E1
Téléphone : (514) 731-7951

Municipalités desservies
Beaconsfield
Cartierville
Chomedey
Côte-des-Neiges
Côte-Saint-Luc
Côte-Saint-Paul
Dollard-des-Ormeaux
Dorval
Hampstead
Île-des-Soeurs
Kirkland
Lachine
Lasalle
Laval-des-Rapides
Malboro
Montréal
Mont-Royal
Pierrefonds
Pointe-Saint-Charles
Pointe-Claire
Roxboro
Sainte-Anne-de-Bellevue
Sainte-Geneviève
Saint-Henri
Saint-Laurent
Saint-Raphaël de-l'Île-Bizard
Senneville
Snowdon
Verdun
Ville Eymard
Westmount

CÂBLEVISION NATIONALE LTÉE
(Division Montréal)
2055, Peel, bureau 325
Montréal
H3A 1V4
Téléphone : (514) 849-7393
90, Beaubien Ouest
Montréal
H2S 1V6
Téléphone : (514) 270-6031

Municipalités desservies
Anjou
Baie d'Urfé
Caughnawaga
Châteauguay
Côte-Saint-Luc
Duvernay
Greenfield Park
Lachine
Laflèche
Laval
Lemoyne
Longueuil
Montréal
Montréal-Est
Montréal-Nord
Montréal-Ouest
Mont-Royal
Outremont
Pointe-aux-Trembles
Pont-Viau
Préville
Saint-Lambert
Saint-Léonard
Saint-Pierre
Vimont

TREEFORD LTD, VIDÉOCÂBLE SERVICES
365, boul. Sainte-Rose
Fabreville
H7P 1C5
Téléphone : (514) 622-1889

Municipalités desservies
Auteuil
Blainville
Bois-des-Filion
Deux-Montagnes
Fabreville
Sainte-Rose
Laval-Ouest
Laval-sur-le-Lac
Pointe-Calumet
Rosemère
Saint-Eustache
Saint-Joseph-du-Lac
Saint-Louis-de-Terrebonne
Sainte-Marthe-sur-le-Lac
Sainte-Thérèse
Sainte-Thérèse-en-Haut
Sainte-Thérèse-Ouest
Vimont

Télévision communautaire
Conseil des médias communautaires
de Laval Inc.
203, boul. Sainte-Rose
Sainte-Rose-de-Laval
H7L 1L5
Téléphone : (514) 667-0757
Présidente : Marianne Ardoint

Montréal
Banlieue Sud de Montréal

TÉLÉCÂBLE BOUCHERVILLE INC.
80, du Puits
Boucherville
J4B 4V6
Téléphone : (514) 655-6300

Municipalités desservies
Boucherville
Varennes

TÉLÉCÂBLE VIDÉOTRON LTÉE
3700, boul. Losh
Saint-Hubert
J3Y 5T6
Téléphone : (514) 656-2111

Municipalités desservies
Brossard
Candiac (ville de Candiac)
Delson
Greenfield Park
Laflèche
Laprairie
Lemoyne
Longueuil
Notre-Dame
Préville
Sainte-Catherine
Saint-Constant
Saint-Hubert
Saint-Lambert

Montréal
Saint-Jean – Valleyfield – Beauharnois

ASSOCIATION T.V. DU LAC DES SEIZE ÎLES
4, Notre-Dame est, bureau 601
Montréal
H2Y 1B8
Téléphone : (514) 871-1718

Municipalité desservie
Lac-des-Seize-Îles

CÂBLOVISION HAUT-RICHELIEU LTÉE
(Division de Télécâble Vidéotron Ltée)
171, Champlain
Saint-Jean
J3B 6Z8
Téléphone : (514) 348-6894
C.P. 700
Saint-Jean
J3B 6Z8

Municipalités desservies
Farnham
Iberville
Sainte-Brigitte-d'Iberville
Saint-Grégoire-le-Grand
Saint-Jean
Saint-Jean-sur-le-Richelieu
Saint-Luc

TÉLÉCÂBLE VIDÉOTRON LTÉE
3700, boul. Losch
Saint-Hubert
J3Y 5T6
Téléphone : (514) 656-2111

Municipalités desservies
Carignan
Chambly
Dorion
Hudson
Île-Perrot
Marieville
Pincourt
Richelieu
Rigaud
Terrasse-Vaudreuil
Vaudreuil
Vaudreuil-sur-le-Lac

VALLEYFIELD TRANSVISION INC.
135, Alexandre
Valleyfield
J6S 3K5
Téléphone : (514) 373-6616

Municipalités desservies
Grande-Île
Saint-Timothée
Valleyfield (Salaberry-de-Valleyfield)

Montreal
Granby – Saint-Hyacinthe – Sorel

RADIO SAINT-HYACINTHE LTÉE
525, Saint-Joseph
Saint-Hyacinthe
J2S 5K3
Téléphone : (514) 774-1353

Municipalité desservie
Saint-Hyacinthe

SOREL-O-VISION INC.
5780, avenue Decelles, bureau 305
Montréal
H3S 3C7
Téléphone : (514) 739-2789

Municipalités desservies
Sainte-Anne-de-Sorel
Saint-Joseph-de-Sorel
Saint-Pierre-de-Sorel
Sorel
Tracy

TÉLÉCÂBLE LAC CARRÉ ENR.
26, de l'Islet
Saint-Marc-sur-Richelieu
J0L 2E0
Télélphone : (514) 584-3976

Municipalités desservies
Lac-Carré
Saint-Faustin

TRANSVISION GRANBY INC.
354, Principale
Granby
J2G 2W6
Téléphone : (514) 378-7905

Municipalités desservies
Canton de Granby
Granby

VIDÉOTRON LTÉE
(Division de Télécâble Vidéotron Ltée)
3700, boul. Losch
Saint-Hubert
J3Y 5T6
Téléphone : (514) 656-2111

Municipalités desservies
Beloeil
Mc Masterville
Otterburn-Park
Saint-Basile-le-Grand
Saint-Bruno
Sainte-Julie
Saint-Hilaire

TRANSVISION COWANSVILLE INC.
354, Principale
Granby
J2G 2W6
Téléphone : (514) 378-7905

Municipalité desservie
Cowansville

Montreal
Laurentides – Lanaudiere

ASSOCIATION DE TÉLÉDISTRIBUTION ET RADIO LA MINERVE INC.
La Minerve
J0T 1S0
Téléphone : (819) 274-2800

Municipalité desservie
La Minerve

CÂBLE LAURENTIDES LTÉE
23, Saint-Henri est
Sainte-Agathe-des-Monts
J8C 1J9
Téléphone : (819) 326-5572
C.P. 265
Sainte-Agathe-des-Monts
J8C 1J9

Municipalités desservies
Lac-à-la-Truite
Lac-des-Sables
Lac Paquin
Sainte-Agathe-des-Monts
Sainte-Agathe-Sud
Val-David
Val-Morin

CLAUDE BRISEBOIS ENR.
38, Highlands
Lasalle
H8R 3N1
Téléphone : (514) 363-1261

Municipalité desservie
Saint-Côme (comté Joliette)

CLUB T.V. SAINTE-ANNE-DU-LAC
Sainte-Anne-du-Lac
J0W 1V0
Téléphone : (819) 586-2020

Municipalité desservie
Sainte-Anne-du-Lac (comté Labelle)

FERME-NEUVE TÉLÉDIFFUSION ENR.
273, 6e Avenue
Ferme-Neuve
J0W 1C0
Téléphone : (819) 587-3331
C.P. 184
Ferme-Neuve
J0W 1C0

Municipalité desservie
Ferme-Neuve

FILION CÂBLEVISION INC.
C.P. 270
Mont-Tremblant
J0T 1Z0
Téléphone : (514) 425-3244

Municipalités desservies
Canton Clyde
Canton de Salaberry
Canton Grandison
Mont-Tremblant
Saint-Jovite

RICHARD COUTU ET FILS INC.
530, Marmen
Saint-Donat
J0T 2C0
Téléphone : (514) 424-2082
C.P. 149
Saint-Donat
J0T 2C0

Municipalité desservie
Saint-Donat (comté Montcalm)

TÉLÉCÂBLE BLOUIN ENR.
430, Mercier
Mont-Laurier
J9L 2W1
Téléphone : (819) 623-2435

Municipalités desservies
Lac-des-Écorces
Notre-Dame-du-Laus
Val-Barrette

TÉLÉCÂBLE DE L'ANNONCIATION ENR.
Rue Principale
L'Annonciation-Nord
J0T 1T0
Téléphone : (514) 584-3976

Municipalité desservie
L'Annonciation

TÉLÉCÂBLE DES MILLE ÎLES INC.
1503, Joubert
Terrebonne
J6W 3M1
Téléphone : (514) 471-2710

Municipalités desservies
Lachenaie
Mascouche
Saint-Louis-de-Terrebonne
Terrebonne

TÉLÉCÂBLE LAURENTIEN ENR.
15, Bernard
Saint-Sauveur-des-Monts
J0R 1R0
Téléphone : (514) 227-2840

Municipalité desservie
Labelle

TÉLÉCÂBLE SAINTE-VÉRONIQUE ENR.
26, de l'Islet
Saint-Marc-sur-Richelieu
J0L 2E0
Téléphone : (514) 584-3976

Municipalité desservie
Sainte-Véronique (comté Labelle)

TÉLÉCÂBLE VIDÉOTRON LTÉE
3700, boul. Losch
Saint-Hubert
J3Y 5T6
Téléphone : (514) 656-2111

Municipalités desservies
Crabtree
Joliette
Lafontaine
Mont-Laurier
Saint-Antoine-des-Laurentides
Saint-Charles
Saint-Jean-sur-le-Lac
Saint-Jérôme
Saint-Paul

Télévision communautaire
Association CVML-canal 13 Inc
520, Charles
Mont-Laurier
J9L 2V3
Téléphone : (819) 623-2313
Présidente : Jeannette Pilon
Vice-président : Jacques Brisebois

TÉLÉDIFFUSION SAINTE-ADÈLE INC.
422, Chemin Sainte-Marguerite
Sainte-Adèle
J0R 1L0
Téléphone : (514) 229-4555
C.P. 1375
Sainte-Adèle
J0R 1L0

Municipalités desservies
Mont-Rolland
Piedmont
Sainte-Adèle
Saint-Sauveur

VIDÉO NORD ENR.
20, du Collège
Saint-Zénon
J0K 3N0
Téléphone : (514) 884-5535

Municipalités desservies
Sainte-Émélie-de-l'Énergie
Saint-Michel-des-Saints
Saint-Zénon
(Comté Berthier)

Outaouais

MANIWAKI TÉLÉVISION LTÉE
31, Comeau
Maniwaki
J9E 2K9
Téléphone : (819) 449-3707

Municipalité desservie
Maniwaki

TÉLÉCÂBLE LAURENTIEN INC.
5, Morin
Hull
J8X 2M5
Téléphone : (819) 771-7715

Municipalités desservies
Aylmer
Hull
Touraine

VIDÉOTRON LTÉE
(Division de Télécâble Vidéotron Ltée)
3700, boul. Losch
Saint-Hubert
J3Y 5T6
Téléphone : (514) 565-2111

Municipalités desservies
Buckingham
Gatineau
Masson
Pointe-Gatineau
Templeton
Templeton-Est
Templeton-Ouest

Télévision communautaire
Télévision communautaire de Buckingham Inc.
150, MacLaren est
Buckingham
J8L 1K1
Téléphone : (819) 986-8250
(819) 986-6524
Président : Claude Lanthier
Coordonnateur : André Soucy

Nord-Ouest

ASSOCIATION SPORTIVE DE JOUTEL
C.P. 280
Joutel
J0Y 1N0
Téléphone : (819) 756-2667

Municipalité desservie
Joutel (Baie James)

CÂBLEVISION DU NORD DU QUÉBEC INC.
45, boul. Hôtel de Ville
Val-d'Or
J9P 2M5
Téléphone : (819) 825-5133

Municipalités desservies
Bourlamaque
Dubuc
La Sarre
Malartic
Rouyn-Noranda
Sullivan
Val-d'Or

CÂBLOTEM INC.
20, Maisonneuve
Ville-Marie
J0Z 3W0
Téléphone : (819) 629-3458
C.P. 9
Ville-Marie
J0Z 3W0

Municipalité desservie
Ville-Marie

CLUB T.V. DE MATAGAMI
C.P. 517
Matagami
J0Y 2A0
Téléphone : (819) 739-2958

Municipalité desservie
Matagami

DUFRESNE ÉDOUARD
27, Principale Nord
Amos
J9T 2K7
Téléphone : (819) 732-6556
C.P. 1526
Amos
J9T 2K7

Municipalités desservies
Amos (Amos-Est, Amos-Ouest)
Dalquier
Figuery
Lebel-sur-Quévillon

Cote-Nord et Nouveau-Quebec

CÂBLODISTRIBUTION FORESTVILLE INC.
13, Route 138
Forestville
G0T 1E0
Téléphone : (418) 587-4656
(418) 587-2821

Municipalités desservies
Forestville
Saint-Luc-de-Laval

CÂBLOVISION BAIE-COMEAU INC.
26, Place Lasalle
Baie-Comeau
G4Z 1K3
Téléphone : (418) 296-2440

Municipalités desservies
Baie-Comeau
Hauterive

COMPAGNIE DE TÉLÉVISION DE SEPT-ÎLES LTÉE
364, avenue Brochu
Sept-Îles
G4R 2W6
Téléphone : (418) 962-9114

Municipalités desservies
De Grasse
Moisie
Port-Cartier
Sept-Îles
Sept-Îles (Réserve Indienne)

NORCÂBLE LTÉE
1re Rue
Gagnon
G0G 1K0
Téléphone : (418) 532-4161
C.P. 239
Gagnon
G0G 1K0

Municipalité desservie
Gagnon

APPENDICE 3 GLOSSAIRE

Glossaire des medias imprimés

Titre
Le nom de l'imprimé tel qu'inscrit sur sa page frontispice.

Organisme de certification de tirage
Le nom des organismes qui vérifient le tirage et la distribution des imprimés. Ces organismes sont désignés par des sigles: ABC, ODC et CCAB.

Regroupement professionnel
Le nom des organismes ou associations regroupant des journaux ou revues dont est membre l'imprimé. Ces organismes sont désignés par des sigles, dont la signification est présentée dans la table des abréviations et des sigles au début du répertoire.

Périodicité
La fréquence de parution de l'imprimé. Cette fréquence est déterminée par le nombre de numéros déposés à la Bibliothèque nationale du Québec au cours de l'année 1980. Pour les imprimés déposés après le 1er janvier 1980, la fréquence a été calculée au prorata du nombre d'exemplaires déposés en tenant compte de la période de dépôt.

On retrouve les périodicités suivantes: quotidienne, bihebdomadaire, hebdomadaire, bimensuelle et mensuelle.

Date de fondation
La date de parution du premier numéro sous le titre actuel ou sous un titre auquel le titre actuel succède, telle qu'indiquée par l'exploitant.

Moment de parution
La (les) journée(s) ou semaine(s) de publication de l'imprimé.

Langue
La (les) langues(s) utilisée(s) dans l'imprimé.

Compagnie éditrice
Le nom de la corporation ou de l'association qui publie l'imprimé.

Adresse civique
L'adresse civique du secrétariat administratif de la compagnie éditrice. Les numéros de téléphone et de télex suivent l'adresse.

Adresse postale
L'adresse postale de la compagnie éditrice.

Format
La dimension d'une page régulière de l'imprimé. On retrouve les types de formats suivants: grand format, format tabloïd, format revue, petit format et autres.

Coût du numéro
Le prix payé par un client individuel pour acquérir un numéro de l'imprimé, que ce soit en kiosque, par la poste ou par camelot.

Coût de l'abonnement
Le prix payé par un client pour acquérir des numéros de l'imprimé. Cette rubrique contient habituellement toutes les informations relatives aux prix selon la période d'abonnement, l'adresse de l'abonné et selon le type de clientèle.

Personnel de direction
Les noms et titres exacts de l'éditeur et du président de la compagnie éditrice et du directeur de l'imprimé.

Nom des éditions
Le nom des éditions de l'imprimé, selon le lieu de diffusion ou selon la période de parution.

Moment de tombée de l'information
Le mois, le(s) jour(s) et/ou l' (les) heure(s) où l'on cesse de recevoir tout article ou tout communiqué de presse pour diffusion dans le prochain numéro.

Agence de presse
Le nom des entreprises de presse fournissant des informations et des nouvelles non commanditées aux imprimés.

Telbec
Une entreprise privée de communication par télescripteurs qui se spécialise dans la transmission de communiqués ou autres informations auprès des médias pour fin de diffusion. Il s'agit aussi d'un réseau de transmission de dépêches fournies par des clients, tels que le gouvernement du Québec, General Motors, etc. (émetteurs ou sources) aux abonnés que sont les médias. Telbec expédie aussi une fois par semaine, par la poste, des communiqués radio et télévision aux hebdomadaires.

Personnel de l'information
Les noms et les titres exacts des personnes responsables de la rédaction et de l'information au sein de l'imprimé.

Représentant publicitaire
Le nom de la corporation qui assume la représentation commerciale de l'imprimé au Québec. L'adresse civique ou postale et le numéro de téléphone suivent le nom.

Personnel de la publicité
Le nom et le titre exact de la (des) personnes(s) responsable(s) de la vente d'espace publicitaire pour l'imprimé.

Tarifs publicitaires
Le prix des annonces publicitaires, les modalités et les autres indications relatives à la tarification publicitaire. Il existe deux catégories de tarifs publicitaires: les tarifs nationaux (applicables aux annonceurs nationaux) et les tarifs locaux ou régionaux (applicables aux annonceurs locaux ou régionaux).

Carte de tarif
Le document publié par le média sur lequel sont indiqués les tarifs publicitaires.

Les cartes de tarif des imprimés sont modelées de façon à assurer une présentation uniforme des tarifs publicitaires. Le contenu de chaque carte a été respecté intégralement au cours de cette opération.

La section des tarifs publicitaires est composée des rubriques suivantes:

1. Numéro de la carte des tarifs et date d'entrée en vigueur.
2. Annonce courante:
   — Tarif national à la ligne agate
   — Tarif local à la ligne agate
3. Escompte ou prix réduit
4. Annonce couleur
5. Catégories particulières d'annonces:
   — avis gouvernementaux
   — avis municipaux
   — avis légaux
   — publicité politique
   — matière à lire
   — cartes d'affaires
   — nominations
   — cahiers spéciaux
   — bandes illustrées
   — annonces classées
   — encarts
   — circulaires
   — annonce inversée
   — annonce tramée
   — photo
   — illustration
6. Page ou position spécifiées
7. Exigences minimales et maximales
8. Réservations et heures de tombée
9. Précisions typographiques
10. Modalités de paiements
11. Divers

Distribution
Sous cette rubrique figurent les données de tirage et de distribution des médias imprimés. Ces données proviennent des rapports publiés par les organismes reconnus dont la principale fonction est la certification des tirages et de la distribution. Des données sont indiquées seulement pour les médias membres de ces organismes.

Nombre d'exemplaires vendus ou gratuits
Le nombre d'exemplaires vendus ou distribués gratuitement, au cours de la période se terminant à la date mentionnée dans les rapports, tel que déclaré par l'éditeur à l'organisme de certification de tirage.

Organisme de certification de tirage
Voir la définition déjà mentionnée au début du glossaire.

Principal territoire de distribution
Les principaux comtés ou régions administratives où est distribué l'imprimé. Ces comtés ou régions sont présentés par ordre décroissant d'importance par rapport à la distribution totale au Québec. Les pourcentages ont été obtenus à partir des données de distribution vérifiées par l'organisme de certification, à la date mentionnée dans les différents rapports.

Sont énumérés les comtés ou régions nécessaires pour atteindre le pourcentage cumulatif de 85% de la distribution totale. Le pourcentage cumulatif représente l'addition des pourcentages de chacun des comtés ou régions.

Comté
Cette notion, utilisée par les organismes de certification de tirage, correspond aux comtés municipaux qui servent, depuis 1931, de divisions permanentes de recensement.

Municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale
La liste des municipalités où l'on retrouve 5% ou plus de la distribution totale, classées par ordre décroissant. Lorsqu'il y a mention de

zone urbaine, pour les données ABC, la délimitation territoriale comprend la ville indiquée ainsi qu'un ensemble de villes ou de municipalités voisines, telles que définie par ABC.

Distribution hors-Québec
La proportion d'exemplaires distribués à l'extérieur du territoire de la province de Québec.

Glossaire des medias électroniques

Indicatif d'appel
Les lettres d'appel de la station. L'appellation conventionnelle d'une station radio ou de télévision est constituée d'une série de lettres et de chiffres permettant de l'identifier. Ces lettres sont déterminées par le ministère des Communications du Canada, puis émises par le CRTC.

Nom du réseau
Le nom du réseau est celui qui apparaît dans les documents du CRTC.

Le mode d'opération
Le mode d'opération est désigné par les deux lettres suivant l'indicatif d'appel de la station. Il s'agit des lettres MA ou MF. Il représente le mode de transposition du signal d'une station sur une onde porteuse, appelé conventionnellement modulation. Elle est de deux types : la modulation d'amplitude et la modulation de fréquence.

La modulation d'amplitude est le mode de transposition par lequel la fréquence de l'onde porteuse demeure constante, tandis que l'amplitude varie selon le signal. L'abréviation technique de la modulation d'amplitude est MA, version française de AM. Les stations diffusant à l'intérieur du spectre de fréquence de 540 à 1600 kilohertz sont du type MA.

La modulation de fréquence est le mode de transposition par lequel l'amplitude de l'onde demeure stable, tandis que la fréquence varie selon le signal. L'abréviation technique de la modulation de fréquence est MF, version française de FM. Les stations de radio diffusant sur le spectre de fréquence allant de 88 à 108 mégahertz sont du type MF.

La partie audio de l'onde porteuse des stations de télévision est diffusée en modulation de fréquence supérieure à 120 mégahertz. Quant à la partie vidéo, elle est diffusée sur le spectre de fréquence allant de 54 à 216 mégahertz représenté par le module VHF ou THF, ou allant de 470 à 890 mégahertz représenté par le module UHF.

Organisme d'écoute
Le nom de l'organisme dont est membre le média et dont la fonction est de mesurer l'écoute des stations de radio et de télévision ainsi que celle des réseaux. Cet organisme est désigné par le sigle BBM.

Regroupement professionnel
Les noms des organismes ou des associations de médias électroniques dont la station ou le réseau est membre. Ces organismes sont désignés par des sigles, dont la signification est présentée dans la table des abréviations et des sigles au début du répertoire.

Adresse civique
L'adresse du principal lieu de production de la station ou du réseau. Les numéros de téléphone et de télex suivent l'adresse civique.

Adresse postale
L'adresse postale de la station ou du réseau.

Langue
La ou les langue(s) parlée(s) des émissions de la station ou du réseau. Pour les stations et réseaux diffusant en trois langues ou plus, le qualificatif est polyglotte.

Heure de diffusion
Les heures où débute et s'arrête la mise en ondes des stations, selon le journée. Pour les réseaux, il s'agit du nombre moyen d'heures de diffusion au cours d'une semaine régulière.

Fréquence
Le numéro de fréquence d'une station de radio. La fréquence est le nombre d'oscillations d'une onde par une unité de temps et de mesure, en général la seconde. Il s'exprime en mégahertz (Mhz) ou en kilohertz (Khz). La fréquence est désignée par le numéro que doit sélectionner un auditeur avec un récepteur ordinaire pour rejoindre la station.

Canal
Le numéro de canal que doit sélectionner le télespectateur avec un récepteur ordinaire pour rejoindre une station de télévision. Le canal représente une fréquence réservée à un émetteur.

Puissance
L'intensité électrique réelle sur laquelle diffuse la station de radio ou de télévision. Cette intensité est exprimée en watts. Les puissances diurnes et nocturnes des stations de radio sont indiquées lorsqu'elles sont différentes. Les puissances audio et vidéo des stations de télévisions sont indiquées, lorsque disponibles.

Entrée en ondes
La première année de la mise en ondes de la station ou du réseau, telle qu'indiquée par l'exploitant.

Exploitant
Le nom de la personne, de la corporation, ou de l'organisme titulaire de la licence d'exploitation de la station ou du réseau, émise par le CRTC. L'adresse civique, l'adresse postale et le numéro de téléphone du siège social de l'exploitant suivent le nom.

Personnel de direction
Les noms et les titres exacts des personnes exerçant la responsabilité de direction et de gestion de la station ou du réseau.

Réseau
Le nom de toute entreprise « d'exploitation à laquelle participent deux ou plusieurs entreprises de radiodiffusion et où le contrôle de l'ensemble ou d'une partie des émissions ou des programmes d'émissions de toute entreprise de radiodiffusion, participant à l'exploitation, est déléguée à un exploitant de réseau », selon la Loi de la radiodiffusion (S.R.C., 1970, C.B-11 et modifications). Les exploitations temporaires de réseau sont exclues de cette définition.

Réémetteur
Les stations diffusant en totalité des émissions ou programmes d'émissions produites par la station maîtresse. Les informations indiquées sont : l'indicatif d'appel, le mode d'opération, la fréquence et la municipalité où sont situées les stations réémettrices des stations de radio ; l'indicatif d'appel, le canal et la municipalité où sont situées les stations réémettrices des stations de télévision.

Station maîtresse
La station réalisant la plus grande partie de la production du réseau. Les informations indiquées sont : l'indicatif d'appel, le mode d'opération, la fréquence et la municipalité où est située la station maîtresse, s'il s'agit d'une station de radio ; l'indicatif d'appel, le canal et la municipalité, s'il s'agit d'une sation de télévision.

Autres stations de base
Les autres stations constituantes du réseau ou qui en sont la propriété, mais ne réalisant pas la majeure partie de la production du réseau. Ces stations diffusent en totalité la production du réseau en vertu d'un contrat d'affiliation. Les catégories d'informations sont identiques à celles de la station maîtresse. Les stations des réseaux Radio Canada, CKO et CTV, situées à l'extérieur du Québec, sont exclues, à l'exception des stations CBOF.

Station affiliée
Les stations associées au réseau, c'est-à-dire les stations diffusant une partie de la production du réseau en vertu d'un contrat d'affiliation. En général, ces stations n'ont aucun lien de propriété avec l'exploitant de réseau. Les catégories d'informations sont identiques à celles de la station maîtresse. Les stations affiliées aux réseaux Radio Canada, CKO et CTV, situées à l'extérieur du Québec, sont exclues.

Agence de presse
Les noms des entreprises de presse fournissant des informations et des nouvelles non commanditées aux stations ou réseaux.

Telbec
Voir ci-dessus.

Personnel de l'information
Les noms et les titres exacts des personnes responsables de la programmation, de l'information et des nouvelles de la station ou du réseau.

Publicitaire ou non publicitaire
Les stations ou réseaux diffusant de la publicité à des fins commerciales sont des stations publicitaires. Les stations ou réseaux ne diffusant pas de publicité à des fins commerciales sont des stations non publicitaires.

Groupe commercial
Le nom du groupe commercial dont fait partie la station ou le réseau. Un groupe commercial est un ensemble de stations ou de réseaux regroupés sous une appellation commerciale unique et ayant des tarifs publicitaires combinés. Le but de ces regroupements est de rationaliser la vente publicitaire nationale en couvrant un marché plus étendu.

Représentant publicitaire
Le nom de la corporation ou de la maison qui assume la représentaion commerciale de la station ou du réseau au Québec. L'adresse civique et le numéro de téléphone suivent le nom.

Personnel de la publicité
Les noms et les titres exacts des personnes responsables des ventes publicitaires au sein de la station ou du réseau.

Tarifs publicitaires
Le prix des annonces publicitaires, les modalités de fixation des prix et les autres conditions relatives à la tarification publicitaire.

Il existe deux catégories de tarifs publicitaires: les tarifs individuels (tarifs d'un seul média) et combinés (tarifs de plusieurs médias). Chacune de ces catégories se divisent en tarifs publicitaires nationaux (tarifs applicables aux annonceurs nationaux) et tarifs publicitaires locaux ou régionaux (tarifs applicables à des annonceurs locaux ou régionaux).

Carte de tarif
Le document publié par le média sur lequel sont indiqués les tarifs publicitaires. Les cartes de tarif des stations, des réseaux, des groupes commerciaux et des maisons de représentation sont modelées de façon à assurer une présentation uniforme des tarifs publicitaires. Le contenu de chaque carte a été respecté intégralement au cours de cette opération.

La section des tarifs publicitaires est composée des rubriques suivantes:

1. Numéro de la carte et date d'entrée en vigueur des tarifs.
2. Classes de tarifs
   — les classes de tarifs selon l'heure et le jour de diffusion
3. Tarifs d'une annonce selon la classe
   — les tarifs d'une annonce selon la classe
   — les tarifs des catégories particulières d'annonces
4. Tarifs d'un programme selon la classe
5. Escompte
   — les plans
   — les offres en bloc
   — les remises et escomptes de fréquence
   — les remises et escomptes de continuité
   — les bonis d'été
   — les autres escomptes
   — etc.
6. Matériel publicitaire
7. Équipements techniques
8. Modalités de paiements
9. Divers

Estimés BBM
Sous cette rubrique figurent les estimations des auditoires tirées des rapports BBM. Les données sont celles du rayonnement total des stations ou des réseaux.

Période
La période de sondage de l'écoute des stations et des réseaux. Pour la période printemps 1980, les sondages radio ont été réalisés du 3 au 9 mars, du 17 au 23 mars et du 31 mars au 6 avril. Pour la période automne 1980, les sondages ont été réalisés du 6 au 12 octobre et du 20 octobre au 9 novembre.

Pour la télévision, les sondages du printemps 1980 ont été réalisés du 25 février au 9 mars et du 17 au 23 mars. Les sondages d'automne 1980 ont été réalisés du 20 octobre au 2 novembre et du 10 au 16 novembre.

Pénétration hebdomadaire
Le nombre total estimé de personnes ayant regardé la station ou le réseau pendant au moins quinze minutes durant une période d'une semaine.

Auditoire moyen par 1/4 d'heure
Le nombre moyen d'auditeurs par quart d'heure d'une station ou d'un réseau pendant la période de sondage.

Pour les stations de télévision, les rapports BBM présentent l'auditoire moyen par 1/4 d'heure du lundi au dimanche. Pour les stations de radio, les rapports BBM présentent deux groupes de données, soit celles du lundi au vendredi et celles du samedi et du dimanche. Afin d'obtenir des données comparatives entre la radio et la télévision, on a dû procéder à une opération de regroupement des données concernant la radio. On a multiplié l'auditoire moyen par 1/4 d'heure du lundi au vendredi par cinq et celle du samedi et du dimanche par deux, puis divisé le total de ces deux multiplications par sept pour obtenir l'auditoire moyen par 1/4 d'heure.

Nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur
Le nombre moyen d'heures qu'un auditeur passe à regarder ou à écouter une station ou un réseau durant une semaine.

Précisions
Des informations supplémentaires sont données relativement aux estimés tirés des rapports BBM, lorsque celles-ci s'avèrent nécessaires et utiles à leur interprétation.

APPENDICE 4 CHANGEMENTS DE DERNIÈRE HEURE

Changements de dernière heure en date du 1er mai 1981

MÉDIAS IMPRIMÉS

Nouveaux titres

Le Journal du samedi, hebdomadaire édité par Québécor au 225 Roy est, Montréal, H2W 1M5, téléphone: (514) 282-9600

Le Journal maskoutain, hebdomadaire édité au 2605 des Saules, St- Hyacinthe, J2S 2V4

Presse-Libre, mensuel

Sentier, mensuel édité au 2170 Charland, Montréal, H1Z 1B1

Fin de parution

Le Nouvel-Est (360), dernier numéro le 25 mars 1981.

Changements de données de distribution

Membres de ABC

L'Actualité
Le Citoyen
Décoration chez-soi
Décormag
L'Écho de la Lièvre
L'Écho du Nord
La Feuille d'érable
Le Guide
News and chronicle
Le Nord-Est
Sélection du reader's digest
Sentier
Vivre
La Voix de L'Est

Membres de ODC

L'Artisan
Le Journal l'action

MAISONS DE REPRÉSENTATION

Nouveaux membres

LES JOURNAUX SÉLECT DU QUÉBEC
Le Bulletin de la Lièvre
L'Étincelle
Le Messager régional
Le Mirabel de St-Eustache
La Petite nation
Le Régional de l'Outaouais
Le Touladi
Le Trait d'union

RADIO UNIE

MF Québec, 1er service
MF Québec

Nouvelle adresse de Radio Unie

1500 Stanley, bureau 316
Montréal H3A 1R3
Téléphone: (514) 842-8521

GROUPES COMMERCIAUX

Nouveaux groupes

MF Québec, 1er SERVICE

CFJO-MF, Gagnon
CFMF-MF, Fermont
CHIP-MF, Fort-Coulonge

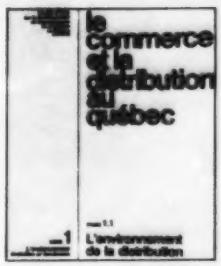
MF Québec

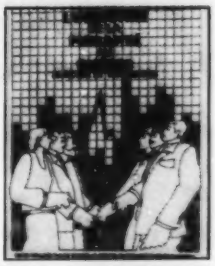
CHAI-MF, Châteauguay
CHGA-MF, Maniwaki
CIBL-MF, Montréal
CIBO-MF, Senneterre
CINQ-MF, Montréal
CIRC-MF, Rouyn
CKLE-MF, Rimouski
CKRL-MF, Sainte-Foy

Disparition

Réseau Québec (6640)

Puisez l'information à la source





Le commerce et la distribution au Québec
(CEFECQ) Étude 1.1. L'environnement de la distribution
Québec, juin 1978. VII-126 p., tabl., 28 cm **EOQ 4004** **2,50$**
liste des 14 études disponible chez l'Éditeur officiel.

Étude sur l'industrie de l'imprimerie au Québec
Min. Communications
Québec, 1979. 215 p., tabl., bibl., 28 cm **EOQ 4414** **10$**

L'industrie de la publicité au Québec -- analyses et tendances
Min. Communications en collaboration
Québec, 2e trimestre 1980. 351 p., tabl., bibl., 27 cm **7$**

La publicité sympathique
Exploitation du public par certaines campagnes de souscription et ventes d'annonces
Min. Justice, Commission de police du Québec
Québec, 1978. 103 p., tabl., 27 cm **EOQ 3866** **2,75$**

La société de consommation au Québec
Min. Communications
Québec, 1980. 351 p., tabl., 25 cm **EOQ 4754** **9$**

Quelques titres publiés par l'Office de la langue française

Néologie et communications — Cahier no 21
Québec, 1980 126 p., 27 cm **EOQ 13456** **2,25$**

Les néologismes dans l'hebdomadaire "L'Express"
Québec, 1980. 152 p., 27 cm **EOQ 10407** **2$**

Néologie no 23 — Automatique, informatique, mesure audio-visuel, commerce, vente, publicité
Québec, 1980. 91 p., bibl., 27 cm **EOQ 4869** **2$**

Vocabulaire de la radio et de la télévision
Québec, 1973. 17 p., 22 cm **EOQ 1757** **0,50$**

Bon de commande

Nom Date

Adresse No de compte

Ville Code postal Province

Quant.	Code EOQ	Titre	Prix unitaire	Total

Grand total

Retourner à:
Ministère des Communications
Éditeur officiel du Québec
1283, boul Charest ouest
Québec G1N 2C9

Important:
Joindre chèque ou mandat à l'ordre du ministre des Finances du Québec.

Gouvernement du Québec
Ministère des Communications
Direction générale des publications gouvernementales

12